



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
INSTITUTO DE POSTGRADO

UTN
IBARRA - ECUADOR

Instituto de
Posgrado

MAESTRÍA EN ECOTURISMO EN ÁREAS PROTEGIDAS

TEMA:

“ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA OFERTA TURÍSTICA
EN EL PARQUE NACIONAL COTACACHI CAYAPAS: LAGO DE LOS DIOSES
“CUICOCHA”, PROVINCIA DE IMBABURA”.

Trabajo de Investigación previo a la obtención del Título de Máster en Ecoturismo
en Áreas Protegidas

AUTOR: Luis Agustín López Cacuango

DIRECTOR: Dr. Kennedy Rolando Lomas Tapia PhD.

IBARRA – ECUADOR

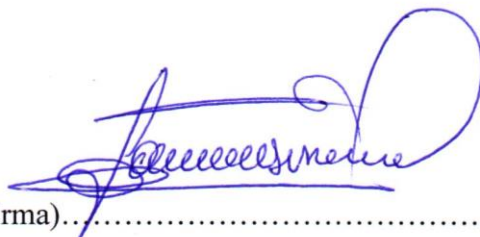
2020

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Director de la tesis de grado titulada “**ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA OFERTA TURÍSTICA EN EL PARQUE NACIONAL COTACACHI CAYAPAS: LAGO DE LOS DIOSES “CUICOCHA”, PROVINCIA DE IMBABURA**”, presentado por: **López Cacuango Luis Agustín**, para optar por el grado de Magister en Ecoturismo en Áreas Protegidas, doy fe de que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación privada y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 31 días del mes de enero del 2020

Lo certifico



(Firma).....

PhD. Kennedy Rolando Lomas Tapia

C.C.: 1001359890

DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA



Instituto de
Posgrado

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1001604956		
APELLIDOS Y NOMBRES:	López Cacuango Luis Agustín		
DIRECCIÓN:	Conjunto Cascadas de Chorlaví-Casa 105		
EMAIL:	lucholopez1965@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	0989519730	TELÉFONO MÓVIL:	0991976395
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	“ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA OFERTA TURÍSTICA EN EL PARQUE NACIONAL COTACACHI CAYAPAS: LAGO DE LOS DIOS “CUICOCHA”, PROVINCIA DE IMBABURA”		
AUTOR (ES):	López Cacuango Luis Agustín		
FECHA:	2020/01/31		
SOLO PARA TRAB/AJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO		
TITULO POR EL QUE OPTA:	Magister en Ecoturismo en Áreas Protegidas		
ASESOR /DIRECTOR:	PhD. Kennedy Rolando Lomas Tapia		

2. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

En la ciudad de Ibarra, a los 31 días del mes de enero del 2020

EL AUTOR



(Firma).....

Luis Agustín López Cacuango

C.I.: 1001604956

REGISTRO BIBLIOGRAFICO

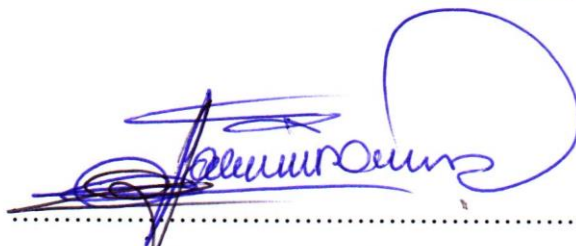
Guía: POSGRADO – UTN
Fecha: Ibarra, 31 de enero de 2020

Luis Agustín López Cacuango: “ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA OFERTA TURÍSTICA EN EL PARQUE NACIONAL COTACACHI CAYAPAS: LAGO DE LOS DIOS “CUICOCHA”, PROVINCIA DE IMBABURA”, /Trabajo de grado. Magister en Ecoturismo en Áreas Protegidas. Universidad Técnica del Norte.

DIRECTOR: PhD. Kennedy Rolando Lomas Tapia

El principal objetivo de la presente investigación fue, Establecer estrategias para el posicionamiento de la oferta turística del Parque Nacional Cotacachi Cayapas, sector del Lago Cuicocha. Entre los objetivos específicos tenemos: Analizar los atractivos turísticos naturales y culturales del área protegida referente al lago de los dioses “Cuicocha”. Determinar la calidad de servicios turísticos concentrados en la infraestructura turística del Lago Cuicocha. Proponer estrategias de marketing mix para el posicionamiento de la oferta turística.

Fecha: Ibarra, 31 de enero de 2020



PhD. Kennedy Rolando Lomas Tapia

Director



Luis Agustín López Cacuango

Autor

DEDICATORIA

A mi Señor, a mi Dios Todo Poderoso, quien me dio salud, provisión, protección y sobre todo sabiduría para discernir el camino del bien y del mal, quién me levanta y me sostiene con su infinita misericordia por siempre.

Luis Agustín López Cacuango

AGRADECIMIENTO

Hago propicia la oportunidad, para reiterar mi reconocimiento imperecedero de alta consideración y estima al PhD Rolando Lomas, (Tutor) a la PhD Carmen Trujillo (Asesora) quienes decididamente orientaron y supervisaron este trabajo investigativo, a todas aquellas personas familiares, amigos y compañeros que supieron estimular mis ideales y adosar hábilmente para la culminación de una de las etapas más importantes de mi vida dejo el más amplio testimonio de gratitud y afecto.

Luis Agustín López Cacuango

TABLA DE CONTENIDOS

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS	ii
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	iii
REGISTRO BIBLIOGRAFICO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
TABLA DE CONTENIDOS.....	viii
ÍNDICE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
INTRODUCCIÓN	xvi
CAPÍTULO I.....	1
1. El problema de investigación	1
1.1. Planteamiento del Problema	1
1.2. Objetivos.....	4
1.2.1. Objetivo general.	4
1.2.2. Objetivos específicos.	4
1.3. Preguntas de investigación	5
1.4. Justificación.	5
CAPÍTULO II	7
2. Marco teórico	7
2.1. Antecedentes.....	7
2.2. Referentes teóricos.....	8
2.2.1. Áreas Protegidas del Ecuador	8
2.3. El Turismo	10
2.3.1. Importancia del turismo en la economía	11
2.3.2. Mercado turístico	12
2.3.3. Oferta turística.....	13

2.3.4. Atractivos turísticos	14
2.3.5. Planta turística	16
2.3.6. Infraestructura turística	17
2.3.7. Productos turísticos.	18
2.3.8. Calidad de la oferta turística	19
2.3.9. Demanda turística.....	20
2.4. Perfil del turista.....	21
2.4.1. Composición del grupo	22
2.4.2. Comportamiento del turista.....	23
2.4.3. Motivación de viaje.....	25
2.4.4. Nivel de satisfacción	28
2.4.5. Percepción y valoración	28
2.5. Marketing mix	29
CAPÍTULO III.....	31
3. Marco metodológico.....	31
3.1. Descripción del área de estudio	31
3.2. Diseño y tipo de investigación.....	32
3.3. Procedimiento de la investigación	33
3.4. Consideraciones bioéticas.....	33
CAPÍTULO IV.....	35
4. Análisis e interpretación de resultados	35
4.1. Análisis de los atractivos naturales y culturales de la Lago de Los Dioses “Cuicocha”.....	35
4.1.1. Atractivos naturales.....	35
4.1.2. Atractivos culturales.....	39
4.2. Servicios turísticos Cuicocha.....	48
4.2.1. Planta turística	48
4.2.2. Facilidades turísticas	52
4.2.3. Recreación.....	57
4.3. Infraestructura turística.	59
4.3.1. Transporte y carretera	59
4.3.2. Servicios básicos: agua, energía, manejo de desechos.....	59

4.3.3. Comunicaciones: internet, telefonía fija, telefonía móvil.	59
4.3.4. Valoración Infraestructura turística.....	60
4.4. Servicios de apoyo	60
4.4.1. Agencias de viaje	60
4.4.2. Agencia bancaria y/o cajero automático	61
4.4.3. Servicio de salud	61
4.4.4. Guianza	61
4.5. Valoración servicios de apoyo.....	62
CAPÍTULO V	63
5. Propuesta	63
5.1. Introducción	63
5.1.1. Análisis FODA.....	63
5.1.2. Cruce de variables	65
5.2. Estrategias de marketing mix.....	67
5.2.1. Segmentos de mercado.....	68
5.2.2. Mercado meta.....	69
5.3. Estrategia de producto	70
5.3.1. Imagen de marca del lago.	70
5.3.2. Diversificación de la oferta turística	70
5.3.3. Precio.....	75
5.4. Estrategia de Plaza – Distribución.....	76
5.4.1. Distribución directa.....	76
5.4.2. Distribución indirecta.....	76
5.5. Estrategias publicitarias	77
5.5.1. Publicidad Online.....	77
5.6. Estrategia de talento humano.....	83
5.6.1. Capacitación turística al personal de la Hostería Cuicocha y Mercado Artesanal	83
5.6.2. Capacitación primeros auxilios	84
CAPÍTULO VI.....	85
6. Conclusiones y recomendaciones.....	85
6.1. Conclusiones.....	85

6.2. Recomendaciones	87
Referencias bibliográficas	88
ANEXOS	92
Anexo 1.	92

ÍNDICE TABLAS

Tabla 1. Clasificación atractivos turísticos con enfoque en Cuicocha.....	15
Tabla 2. Planta turística.....	16
Tabla 3. Infraestructura turística	17
Tabla 4. Atractivos Naturales.....	35
Tabla 5. Especies de flora y fauna Laguna de Cuicocha y sus islotes en buenas condiciones.....	38
Tabla 6. Atractivos culturales	39
Tabla 7. Calendario de fiestas Inti Raymi 2019 Cotacachi.....	42
Tabla 8. Valoración de la planta turística Hostería Cuicocha.....	51
Tabla 9. Valoración facilidades turísticas	56
Tabla 10. Validación servicios de recreación.	58
Tabla 11. Valoración infraestructura turística.....	60
Tabla 12. Agencias de viajes que ofertan Cuicocha	61
Tabla 13. Valoración de servicios de apoyo	62
Tabla 14. FODA Cuicocha.....	64
Tabla 15. Cruce de variables	65
Tabla 16. Mercado meta.....	69
Tabla 17. Concurso de fotografía.....	73

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa Parque Nacional Cotacachi Cayapas.	31
Figura 2. Lago Cuicocha. Elaboración propia.	36
Figura 3. Mujeres Quichwas Cotacachi.	41
Figura 4. Celebración del Inti Raymi en Cuicocha.	43
Figura 5. Calendario Solar	44
Figura 6. Calendario lunar.....	45
Figura 7. Mercado Artesanal Cuicocha.....	46
Figura 8. Carnes Coloradas.	47
Figura 9. Hostería Cuicocha.....	48
Figura 10. Restaurante	49
Figura 11. Muelle Bar Cuicocha.	50
Figura 12. Réplica de indígenas Kichwas Cotacachi.	53
Figura 13. Sendero Ruta Sagrada.....	54
Figura 14. Sendero Las Orquídeas.	55
Figura 15. Alquiler de botes.....	58
Figura 16. Imagen de marca.....	70
Figura 17. Danza el Cuicocha	71
Figura 18. Gigante de la laguna	74
Figura 19. Lancha Turística EL gigante de la laguna.	75
Figura 20. Distribución directa.	76
Figura 21. Distribución indirecta.	76
Figura 22. Fan Page Facebook	78
Figura 23. Publicidad en Instagram	79
Figura 24. Tótems juegos tradicionales	80
Figura 25. Publicidad juegos tradiciones	81
Figura 26. Tótems trompo y canicas	82
Figura 27. Exposición fotográfica al aire libre.....	82
Figura 28. Valla publicitaria	83

RESUMEN

ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA OFERTA TURÍSTICA EN EL PARQUE NACIONAL COTACACHI CAYAPAS: LAGO DE LOS DIOS “CUICOCHA”, PROVINCIA DE IMBABURA.

Autor: López Cacuango Luis Agustín

Correo: lucholopez1965@hotmail.com

La presente investigación se desarrolla en el Parque Nacional Cotacachi Cayapas, en la zona Alta, precisamente en el Lago de los Dioses: Cuicocha. Este sitio se desarrolla actividades de ecoturismo y turismo comunitario. Es fácil notar la presencia de turistas tanto nacionales como extranjeros recorriendo senderos y paseando en bote alrededor de los islotes Teodoro Wolf y Yerovi. Los problemas identificados son deficiente innovación en la oferta, a causa de ello el escaso tiempo de permanencia de los visitantes en el lugar. Los objetivos que direccionan la investigación son: Analizar los atractivos turísticos naturales y culturales del área protegida referente al lago de los dioses “Cuicocha”; determinar la calidad de servicios turísticos concentrados en la infraestructura turística y con base a los resultados estructurar estrategias de marketing mix para el posicionamiento de la oferta turística. Los tipos de investigación aplicados fueron documental, bibliográficas y el diseño descriptivo. Se aplicó fichas técnicas para la recolección de datos. Los resultados obtenidos reflejan atractivos naturales como el Lago, los islotes, flora y fauna representativa de la zona alta y un paisaje con condiciones para realizar diferentes actividades turísticas. La planta turística se relaciona con la Hostería Cuicocha, facilidades turísticas como el Centro de Interpretación Ambiental y senderos interpretativos en buenas condiciones. Como parte de las estrategias se plantea implementar nuevos productos como juegos tradicionales, dramatización El gigante de la Laguna, presentaciones de danza y música, entre otros. Se aplicará marketing digital para la difusión de los productos turísticos. Finalmente recalcar que el incremento del turismo en la zona beneficiará directamente a los integrantes de la UNORCAC que operan en el muelle.

Palabras claves: Cuicocha, ecoturismo, turismo comunitario, marketing

ABSTRACT

STRATEGIES FOR THE POSITIONING OF THE TOURIST OFFER AT THE COTACACHI CAYAPAS NATIONAL PARK: LAKE OF THE GODS "CUICOCHA", IMBABURA PROVINCE.

Author: Luis Agustin López Cacuango

Email: lalopez@utn.edu.ec

This research was carried out at the Cotacachi Cayapas National Park, in the Upper Zone, precisely in the Lake of the Gods: Cuicocha. This site develops ecotourism and community tourism activities. It is easy to notice the presence of both domestic and foreign tourists walking trails and boating around the islands of Teodoro Wolf and Yerovi. The problems identified are poor innovation in the offer, because of this the short time of stay of the visitors in the place. The objectives that direct the investigation are: To analyze the natural and cultural tourist attractions of the protected area referring to the lake of the gods "Cuicocha"; to determine the quality of tourist services concentrated in the tourist infrastructure and based on the results, to structure marketing mix strategies for the positioning of the tourist offer. The types of research applied were documentary, bibliographic and descriptive design. Data sheets were applied for data collection. The results obtained reflect natural attractions, such as the lake, the islets, flora and fauna representative of the high zone and a landscape with conditions for different tourist activities. The tourist plant is related to the Hostería Cuicocha, tourist facilities, such as the Center for Environmental Interpretation and interpretive trails in good condition. As part of the strategies it is proposed to implement new products such as traditional games, dramatization of The giant of the Laguna, dance and music presentations, among others. Digital marketing will be applied for the dissemination of tourism products. Finally, it should be emphasized that the increase of tourism in the area will directly benefit the members of UNORCAC that operate at the dock.

Key words: Cuicocha, ecotourism, community tourism, marketing



INTRODUCCIÓN

El turismo en términos generales se apoya sistemáticamente en sólidas estructuras para su difusión y posicionamiento que requieren la mayoría de productos turísticos, innovando las tendencias actuales de una demanda objetivo en cada uno de los lugares y espacios, con potencialidades naturales y culturales que hacen de Ecuador un destino singular, único y paradisíaco.

Para la Organización Mundial de Turismo, organismo creado por las Naciones Unidas para el Turismo, en (1994), “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual por menos de un año y con fines de ocio, negocios, estudio, entre otros” (p.11). Por tanto, el término turismo se emplea para relacionar la forma particular de emplear las personas el tiempo libre y buscar recreación en sus entornos no habituales.

La notabilidad que tiene el turismo en la actualidad es trascendente desde el punto de vista económico, puesto que para que éste exista, se requieren de la intervención de actores que realicen un sin número de actividades, que implican: el desplazamiento de personas, oferta en el consumo de bienes y servicios como: alimentación, alojamiento, hospedaje, transporte, intercambio, entre otros. Así es como el turismo contribuye al mejoramiento de la economía de un lugar, por ser una de las actividades que logran la participación y compromiso de la sociedad en general y provocan un rápido crecimiento que deriva en un importante efecto multiplicador en comparación con otras áreas productivas.

En el Ecuador según el Ministerio de Turismo, órgano rector de esta actividad, éste aportó a la economía del país en el anterior año con más de dos millones de dólares, cifras que hacen de esta operación como la más rentable, claro después de los ingresos que deja el petróleo, el banano y el camarón. Y esto se debe a que nuestro país tiene una privilegiada situación territorial con una enorme variedad de micro climas por las intermisiones de las corrientes cálidas y heladas que fluyen cerca de nuestras costas

marinas y también la presencia de la Cordillera de los Andes, creando una belleza paisajística exquisita, un potencial banco genético de flora, especies de fauna únicas, y grupos étnicos ancestrales con numerosas manifestaciones culturales que permiten el turismo local, rural, aventura, negocios, trabajo, estudios o cultural, que hacen de este territorio y de algunas de sus regiones, un destino turístico muy visitado.

El 30 de mayo del 2019 la Provincia de Imbabura es declarada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura, siglas en inglés (UNESCO) Geo parque designación que es reconocida a nivel internacional, por la gran biodiversidad de flora, fauna y cultural que se centra en esta zona natural, últimamente ha sido cambiada de Reserva Ecológica a la categoría de Parque Nacional Cotacachi Cayapas, (PNCC) con una extensión de 243.638 has. siendo esta un área protegida, que tiene como finalidad amparar los recursos naturales no renovables para las futuras generaciones y generar por medio de su visita actividades económicas amigables con el ambiente, a través de un turismo sustentable y responsable, ecológico y científico, que se viabiliza como la oferta de mayor acogida por los visitantes.

La oferta turística al igual que la demanda son los mecanismos que tienen importantes roles dentro del estudio de mercado, centrados en las tendencias actuales, que conllevan a la realización de estudios cualitativos y cuantitativos para orientar y enfocar este producto turístico meta que sea aprovechado al máximo ofertando técnicamente la diversidad biológica y cultural presente en este sector del PNCC.

No obstante, esta investigación busca mejorar el total aprovechamiento de la oferta turística que ofrece la zona alta de este fragmento y específicamente la que ofrece el “Lago de los Dioses” identificando las potencialidades que tiene la zona en cuestión para responder a las necesidades de quienes viajan, contraponiendo la escasez de investigaciones y estudios más técnicos y consensuados realizados en la zona que no ofrecen ninguna relación con los cánones de promoción turística, en la propia realidad de la oferta y demanda que constituye un mercado.

En este sentido, la presente misión investigativa, tiene por objeto diseñar una oferta turística para el posicionamiento del turismo en el Parque Nacional Cotacachi Cayapas, Zona Alta, Cuicocha “Lago de los dioses” en Imbabura.

El trabajo se estructura de la siguiente manera:

Capítulo I: Se realiza un análisis íntegro de la problemática, donde se incluyen: el planteamiento, objetivos, preguntas de investigación y justificación.

Capítulo II: comprende el marco teórico, que incluye antecedentes de la investigación, así como los referentes teóricos que sustentan el trabajo.

Capítulo III: se explica la metodología que abarca la descripción del área de estudio, diseño y tipo de investigación, procedimiento y las consideraciones bioéticas.

Capítulo IV: describe los resultados de los instrumentos de investigación, finalmente en el.

Capítulo V: se expone la propuesta, conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

1. El problema de investigación

En este capítulo se describe el problema motivo de la investigación, la formulación del problema, la justificación, los objetivos y las interrogantes que guían el proceso investigativo.

1.1. Planteamiento del Problema

Ecuador por sus características geográficas y culturales es considerado uno de los países más diversos del planeta. Sus cuatro regiones naturales albergan especies de flora y fauna endémicas y grupos étnicos ancestrales que aún conservan su cultura viva. En este contexto el gobierno, en pos de la conservación de estos recursos, crea áreas protegidas con distinta denominación. En la zona norte del país se ubica el Parque Nacional Cotacachi Cayapas (PNCC) con una extensión de 243.638 hectáreas, en las provincias de Imbabura y Esmeraldas, dentro sus objetivos buscan fomentar el ecoturismo como una actividad amigable con el medio ambiente.

Es evidente la presencia diaria de turistas nacionales y extranjeros en la zona alta del parque; y específicamente en Cuicocha conocido también como “Lago de los dioses”, pero la oferta turística vigente, no es suficiente para que la visita sea constante, por cuanto, el visitante permanece poco tiempo en el lugar, generando escasos ingresos económicos para la población involucrada. Esto debido a varios factores como: el desconocimiento del perfil del turista, pues al ingresar al parque, solo en algunas ocasiones se registra el número de cedula y la procedencia; datos que de alguna forma cuantifica a los visitantes más no los caracteriza, por lo visto, no existe información de comportamientos, gustos y preferencias que permitan identificar un perfil de visitantes para orientar una oferta acorde a sus requerimientos.

Otro factor es la escasa presencia de servicios turísticos complementarios en la zona de amortiguamiento, porque cerca a la vía principal existen pocos lugares donde se oferta hospedaje, alimentación y recreación. Con lo expuesto se percibe el desinterés por parte de la población aledaña en realizar inversión privada, para incrementar la oferta.

Los intereses políticos de los gestores y actores locales también generan malestar, últimamente hay desacuerdos entre la administración del área natural, el Municipio de Cotacachi y la Unión de Organizaciones Campesinas Indígenas de Cotacachi (UNORCAC), a ésta última entidad en el presente año se le otorgó un comodato para administrar la Hostería Cuicocha por 50 años. Esto ha generado desacuerdos que no permiten mancomunadamente brindar un mejor servicio.

Las consecuencias de no diversificar la oferta turística se ven reflejadas en aspectos como el tiempo de estancia en el lugar por lo que, los visitantes llegan motivados, recorren los lugares más cercanos, realizan videos y fotografía paisajística y luego se marchan. Aproximadamente permanecen una hora en el sitio, tiempo corto que en la mayoría de los casos no generan ingresos económicos, sobre todo para los comuneros que tienen sus locales comerciales instalados, por cuanto sus ventas son bajas. Varios visitantes se regresan desde el centro de interpretación y no visitan el muelle, dejando pérdidas significativas. Con la venta escasa no se garantiza buenas condiciones de vida para las familias involucradas. Cabe mencionar que a partir del 2011 el ingreso a las áreas protegidas en el país es gratuito, por lo tanto, no se generan ingresos que sea motivo de revertir en el mejoramiento de los productos turísticos del parque nacional, tomado en cuenta que este lugar, el Lago de los Dioses es la zona más visitada después de Galápagos.

De igual forma, es notable la escasa cultura de servicio. El turista en muchos de los casos se siente solo; el centro de interpretación y la ruta sagrada (lugares cercanos al parqueadero) son auto-guiados y no se siente el acogimiento de la población local. Así mismo, los comerciantes no muestran una actitud amable al atender al turista, el cual

no se siente motivado ni atraído por sus productos, los mismos que no tienen creatividad y no muestran originalidad.

Todo lo expuesto, hace que la oferta turística no sea sustentable y se desaproveche la presencia del turista en la zona. Por ello, la presente investigación pretende establecer estrategias para el posicionamiento de la oferta en la zona alta del Parque Nacional, que permita incrementar el flujo de turistas, el tiempo de estancia, el consumo de servicios turísticos complementarios, y con ello contribuir al mejoramiento de los ingresos económicos de la población local.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general.

Establecer estrategias para el posicionamiento de la oferta turística del Parque Nacional Cotacachi Cayapas, sector del Lago Cuicocha.

1.2.2. Objetivos específicos.

- Analizar los atractivos turísticos naturales y culturales del área protegida referente al lago de los dioses “Cuicocha”.
- Determinar la calidad de servicios turísticos concentrados en la infraestructura turística del Lago Cuicocha.
- Proponer estrategias de marketing mix para el posicionamiento de la oferta turística.

1.3. Preguntas de investigación

- ¿Cuáles son los atractivos naturales y culturales presentes en el Lago de los Dioses?
- ¿Los servicios turísticos que se ofertan en Lago de los Dioses son de calidad?
- ¿Qué estrategias del mix marketing se debe considerar para posicionar el turismo en el Parque Nacional Cotacachi Cayapas?

1.4. Justificación.

El turismo es una importante fuente de trabajo e ingresos para la población de un país al permitir la descentralización de la actividad económica en el territorio; dicho de otro modo, la actividad turística fortalece la economía local, puesto que en un país existen diversas zonas y lugares con atractivos turísticos destacados. Sin embargo, los aportes del turismo no deben valorarse únicamente desde la perspectiva económica, ya que también constituyen importantes beneficios desde el punto de vista social, cultural y medioambiental. Para que la actividad turística se desarrolle favorablemente, los destinos deben ser capaces de ofertar sus productos, conocer el perfil y comportamiento del turista, así, sus necesidades serán satisfechas y los destinos no serán excluidos del mercado.

Bajo este marco de referencia, se desarrolla la presente investigación que tiene por objeto determinar una oferta turística para el posicionamiento del turismo en el Parque Nacional Cotacachi Cayapas, Zona Alta, Lago de Cuicocha, compensando los motivos de viaje, gustos, preferencias, hábitos del turista que visita este destino. La finalidad de este trabajo es disponer de datos específicos y reales acerca de las características, comportamientos, experiencias y necesidades de este mercado, de manera que se establezcan productos y servicios turísticos conforme a las expectativas de los turistas, y con ello fortalecer las actividades y modalidades de turismo, al mismo tiempo que

se fomenta la inversión privada y se apoya la toma de decisiones estratégicas del sector turístico.

Adicionalmente, el disponer de datos fiables relativos al perfil del turista permitirá la planificación de proyectos, productos y la toma de decisiones estratégicas en el sector. Así, los actores involucrados directa e indirectamente en el turismo podrán utilizar esta información para la creación de productos y servicios especializados, fundamentados en las características cualitativas de los segmentos de mercado, con valor agregado; generando de esta manera mayor satisfacción de la demanda e incrementado el nivel de ingresos económicos locales que por la actividad turística se genera.

De igual forma, la investigación se ampara en el Plan Nacional Toda Una Vida, por lo que todos los proyectos deben alinearse a esta macro planificación para contribuir al desarrollo organizado del país. El proyecto investigativo se desarrolla en un área protegida, por tanto, se debe garantizar los derechos de la naturaleza promulgados en la Constitución Política de la República del Ecuador del 2008 actualizada al 2019. La propuesta que surja de esta investigación está enmarcada en el cumplimiento del Capítulo VII, Derechos de la naturaleza “Art. 74.- Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir. Los servicios ambientales no serán susceptibles de apropiación; su producción, prestación, uso y aprovechamiento serán regulados por el Estado”. De igual forma al existir grupos étnicos vinculados se debe tomar en cuenta el capítulo IV Derechos de las comunidades pueblos y nacionalidades Art. 57 lit. 1 textualmente menciona: “Mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social.”. Con ello se respalda el trabajo de la UNORCAC dentro del Parque. En conjunto se busca potenciar el turismo en el área protegida y con ello dinamizar la economía del sector.

CAPÍTULO II

2. Marco teórico

En este capítulo se detalla los antecedentes y los referentes teóricos que sustenta esta investigación. Los ejes temáticos de forma general son: Áreas protegidas, turismo, atractivos turísticos, servicios turísticos, mercado turístico (oferta y demanda), marketing mix, entre otros.

2.1. Antecedentes

El hacer turístico se ha caracterizado por ser un fenómeno socio-cultural y económico, con una dinámica de oferta y demanda de bienes y servicios. En este sentido, los destinos, atractivos y servicios turísticos ponen a disposición del turista, un sin número de ofertas, que intentan satisfacer las necesidades de recreación de los visitantes, quienes a su vez comprenden la demanda. Este comportamiento fomenta el interés por conocer las características intrínsecas y extrínsecas del turista, con la finalidad de enfocar la oferta dentro de sus gustos y preferencias.

El PNCC es el más visitado del Ecuador continental, solo en el feriado de agosto 2018 ingresaron 6569 nacionales y 623 extranjeros dando un total de 7192 turistas, según datos del documento “Estadísticas turísticas” del MinTur. Entre los principales atractivos se encuentran: el Centro de Interpretación Ambiental, la laguna de Cuicocha, el Volcán Cotacachi, lagunas Tobar Donoso y varios senderos interpretativos donde los turistas disfrutan y se conectan con la naturaleza. También opera la Hostería Laguna de Cuicocha ubicada junto al muelle que oferta hospedaje, alimentación y paseos en bote. Además, varios comerciantes ofertan artesanías de diferente índole en una pequeña plaza.

Por lo tanto, el estudio de oferta turística, constituye un elemento básico en el desarrollo de esta actividad, ya que su análisis y conocimiento permiten desarrollar la

oferta conforme a las necesidades de la demanda, entendiendo que el nivel de satisfacción del turista se basa en los resultados que éste obtiene del producto o servicio recibido. Dicho nivel de satisfacción determina si el turista vuelve o no al destino, es por ello que la oferta íntegramente debe ser capaz de comprender a la demanda para llegar a ella.

Por esta razón, importantes destinos turísticos a nivel mundial realizan estudios cuantitativos y cualitativos de ofertas para el visitante, con la finalidad de tomar decisiones y desarrollar productos turísticos para segmentos especializados. En el Ecuador, el Ministerio de Turismo (MINTUR) a través de su programa “Ecuador en Cifras” menciona estadísticas acerca del aumento del turismo en el país, indicando que los principales mercados emisores al Ecuador hasta el año 2014 son: Colombia, Estados Unidos y Perú.

No obstante, la información cuantitativa y cualitativa sobre el perfil sociodemográfico, socioeconómico, hábitos y motivos de viaje del turista, todavía carece de sustento estadístico, al igual que algunos destinos turísticos del Ecuador, especialmente de la provincia de Imbabura, como el caso del Parque Nacional Cotacachi Cayapas, que a pesar de ser una provincia ícono del turismo ecuatoriano por su riqueza cultural y paisajística y actualmente ser la pionera en la denominación de Geoparque, posee escasa información sobre la tipología del visitante, que conlleva a un decrecimiento socio-económico por su limitada especificidad en los servicios turísticos generados.

2.2. Referentes teóricos

2.2.1. Áreas Protegidas del Ecuador

Las áreas protegidas (AP) se crean con la finalidad de conservar los recursos naturales y culturales para las futuras generaciones fomentando el desarrollo de actividades sostenibles y sustentables. Entre los factores que amenazan estos espacios protegidos se puede mencionar la modificación del clima a escala global, causada por influencia antrópica, a través de la emisión de CO₂ y otros gases que atrapan calor, así como el

uso de grandes extensiones de suelo, entre otras actividades. Éstas han demostrado que es necesario preservar áreas naturales por varios motivos, entre otros proteger muestras representativas de ecosistemas, especies silvestres y recursos genéticos.

Las AP proveen servicios ambientales importantes como la producción de oxígeno, la absorción del dióxido de carbono, la producción de lluvias, la regulación del clima, la mitigación de inundaciones y la prevención de deslizamientos o derrumbes. Además, en ellas se desarrollan actividades inherentes al ocio y el esparcimiento como; el turismo, ecoturismo y/o turismo de naturaleza las cuales se conciben como medios de subsistencia para poblaciones locales, y de cierta forma contribuyen a la erradicación de la pobreza, el desarrollo sostenible, la capacitación social y las oportunidades de educación ambiental.

Es importante señalar que las Áreas Protegidas se orientan según la categoría de manejo, es decir, sobre una nomenclatura que delimita los objetivos para los cuales fue creada, y el marco jurídico y técnico que justifica su creación y determina las acciones que se permiten desarrollar; entonces, las AP no son entidades uniformes, por el contrario, abarcan un variado y amplio número de objetivos. En el marco de dicha categorización la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN), desarrolló un sistema preliminar de categorías para la gestión de AP con la finalidad de contribuir a organizarlas y definir las. Hoy en día, estas categorías están aceptadas y reconocidas por organizaciones internacionales (UICN, 2008).

En Ecuador el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (PANE) dentro de las categorías de gestión de las AP refiere las siguientes: Parque Nacional, Reserva Ecológica, Reserva Biológica, Refugio de Vida Silvestre, Reserva de Producción de Fauna, Área Nacional de Recreación, Reserva Geo-botánica, Área de Caza y Pesca y Reserva Marina. (Ministerio del Ambiente, 2007). Estas abarcan los cuatro regiones, Costa, Sierra, Amazonía y Galápagos; distribuidas en 24 provincias. En el país por la presencia de la Cordillera de los Andes, la geografía es muy accidentada, lo que ha generado varios pisos climáticos con diversidad de especies de flora y fauna, así como grupos étnicos ancestrales.

Según el Ministerio del Ambiente (2018) el Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP) está constituido por “56 áreas protegidas distribuidas en las siguientes categorías de manejo: parque nacional (12), reserva ecológica (9), reserva marina (6), reserva biológica (5), reserva de producción de fauna (4), reserva geobotánica (1), área nacional de recreación (6), refugio de vida silvestre (10), área ecológica de conservación (2) y área protegida comunitaria (1)”. En conjunto ocupan aproximadamente el 20% del territorio nacional.

En este contexto la Constitución de la República del Ecuador, 2008, Art. 405, menciona: “El Sistema Nacional de Áreas Protegidas garantizará la conservación de la biodiversidad y el mantenimiento de las funciones ecológicas. [...] El Estado asignará los recursos económicos necesarios para la sostenibilidad financiera del sistema, y fomentará la participación de las comunidades, pueblos y nacionalidades que han habitado ancestralmente las áreas protegidas en su administración y gestión.”

Las Áreas Protegidas tienen como finalidad la preservación de los recursos genéticos garantizando que las futuras generaciones gocen de los servicios ambientales que estas proveen. Dentro del Plan de Manejo de las mismas se contempla la ejecución de actividades económicas amigables con el medio ambiente, un ejemplo claro es el turismo y ecoturismo. Esta actividad contribuye a la preservación del ambiente y genera una cadena de valor que beneficia a la población circundante.

2.3. El Turismo

El turismo como actividad económica, se ubica dentro del sector terciario o servicios, puesto que el desplazamiento de personas (turistas) fuera de su lugar habitual con motivos de placer, recreación o descanso; demanda la prestación de diferentes servicios como: transporte, alimentación, alojamiento, entre otros. Dichos servicios satisfacen las necesidades del turista y generan beneficios económicos para la población receptora. No obstante, el turismo no involucra únicamente al ámbito económico, al ser un fenómeno complejo y multidisciplinar comprende ejes sociales,

ambientales y políticos que confluyen entre las poblaciones receptoras de cada destino y los turistas.

La OMT (1994) define el turismo como “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros” (p.11). Esta definición presenta una visión integral del fenómeno turístico en base a que es una actividad donde el principal protagonista es el ser humano, motivado por ocupar su tiempo libre en recreación y esparcimiento.

Por tanto, el fundamento del turismo es la necesidad de interacción del ser humano con su entorno, esta necesidad impulsa el desplazamiento de las personas hacia distintos lugares con diversidad de paisajes naturales y culturales. Dichos desplazamientos generan importantes ingresos para las localidades receptoras, por esta razón el turismo ocupa un importante lugar en la economía de los países, conforme se describe posteriormente.

2.3.1. Importancia del turismo en la economía

El turismo es una actividad significativa para los países, ya que representa una importante fuente de ingresos. La actividad turística, además de fortalecer el sector económico, influye en diversos sectores de la población como el social, cultural, educativo, entre otros, que juegan un papel relevante e influyente en la calidad de vida. Además, el turismo representa una importante fuente de divisas, eleva la tasa del producto interno bruto PIB y, de esta manera fomenta oportunidades de empleo tanto directo como indirecto para la población local.

La naturaleza del que hacer turístico demanda la prestación de diferentes bienes y servicios que son requeridos por el turista al momento de viajar fuera de su lugar de residencia, estos son: transporte hacia y en los destinos, alojamiento, alimentación, compras, servicios de agencias de viaje, operadores de turismo receptivo y emisor, entre otros.

En este sentido, la OMT (2004) señala:

Los gastos de los turistas no sólo se limitan al pago del alquiler de una habitación en un hotel, sino que también destinan parte de su renta disponible a una gran variedad de servicios y bienes de consumo tales como alimentos, transportes, entretenimientos, excursiones, actividades diversas, etc. Esto favorece, a su vez, un aumento de la demanda en la región o país receptor, que de otro modo no existiría. (p.17)

La actividad turística contribuye a la descentralización de la actividad económica en el territorio, puesto que la oferta primaria del turismo está compuesta por los atractivos turísticos naturales y culturales, los cuales se distribuyen alrededor de todo el territorio de un país, por ende, los turistas visitan diferentes regiones conforme a su motivación de viaje, de esta forma el turismo fortalece la economía de las localidades anfitrionas, generando un efecto multiplicador.

2.3.2. Mercado turístico

Desde el punto de vista económico, el mercado turístico es aquel espacio donde confluyen la oferta y la demanda de bienes y servicios. Para Socatelli (2013) el mercado turístico es:

La confluencia de la oferta de los productos y servicios turísticos y la demanda que está interesada y motivada en adquirirlos o disfrutarlos. Además, de incluir los elementos, medios, actividades y flujos de interacción, diseñados para facilitar el intercambio de las propuestas de los oferentes y la satisfacción de las necesidades de los consumidores. (p.1)

Según esta definición se deduce que el mercado turístico puede ser tanto físico como virtual, teniendo en cuenta que la dinámica de la actividad turística se basa más en la

oferta de servicios antes que bienes, ya que el producto turístico no se desplaza, sino que es el turista el que viaja en busca de un determinado producto.

En este ámbito, el mercado turístico engloba a todos los establecimientos que crean y venden productos y servicios que satisfacen las necesidades de los visitantes, quienes a su vez conforman el conjunto de consumidores o demanda. La actividad turística se desarrolla gracias a la interacción de los diferentes elementos que confluyen en el mercado turístico. El conjunto de dichos elementos se denomina sistema turístico, el cual, según Romero (2014) es “un sistema abierto donde interactúa una multiplicidad de elementos en un entorno concreto caracterizado por su dinamismo y donde se afectan unos a otros en busca de equilibrio y de unicidad” (p.13).

Según la OMT (2004) el sistema turístico es el resultado de la interrelación de cuatro elementos básicos, considerados a partir del concepto de actividad turística, estos son: oferta, demanda, espacio geográfico y operadores de mercado. En definitiva, el sistema turístico comprende el análisis sistemático de los componentes del mercado turístico, los cuales de forma integral permiten el desarrollo de la actividad turística. Estos componentes básicos son la oferta y la demanda, los cuales se analizan a continuación.

2.3.3. Oferta turística

En economía la oferta comprende aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender bajo determinadas condiciones de mercado. Desde la óptica turística Bosch (2010) menciona que la oferta “se refiere al conjunto de bienes y servicios que permiten satisfacer necesidades de los turistas. Deben estar puestos en el mercado, es decir, que los consumidores tienen que conocer su existencia, a un precio determinado y por un período establecido” (p.24). Es necesario señalar que no todos los bienes y servicios son catalogados de turísticos sino hasta cuando los utiliza o adquiere el turista para consumo.

En este sentido, la OMT (2004) menciona:

En un destino turístico, la oferta puesta a disposición de la demanda constituye algo más que la simple suma de los productos turísticos que contiene, representa un todo integrado por estos productos, los servicios netamente turísticos y los no turísticos, la imagen general del destino, etc. Hay que tener en cuenta, además, que la oferta turística puede recibir un uso no turístico por parte de los residentes o de los visitantes no relacionados con la actividad turística. (p. 51-52)

Por tanto, en el territorio o destino turístico se conjugan una serie de elementos que se hallan a disposición del turista, como: recursos naturales y culturales, servicios complementarios, alojamiento, alimentación, entre otros, estos elementos integran el producto turístico, conforme se analiza a continuación.

2.3.4. Atractivos turísticos

Las condiciones geomorfológicas y de asentamientos humanos distinguen a una población de otra. En Ecuador al estar atravesados por la cordillera de Los Andes se puede apreciar diversidad de paisajes tropicales, montañosos, costeros con distintas culturas vivas, que albergan atracciones que motivan la visita del turista. Por tanto, los atractivos turísticos son “todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Es el componente fundamental del producto turístico” (FONTUR, 2018). Estos atractivos también deben contar con condiciones básicas para garantizar una buena experiencia turística, es decir, deben tener planta turística, medios de transporte que faciliten el flujo de visitante, servicios complementarios e infraestructura básica.

El Ministerio del Turismo del Ecuador con el propósito de organizar los atractivos los ha clasificado en dos grandes categorías, sitios naturales y manutenciones culturales. Estas categorías a su vez se desglosan en tipos y subtipos. “En la categoría de Sitios Naturales se reconocen los tipos: montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, fenómenos geológicos, costas o Litorales, ambientes marinos y tierras insulares” (MinTur, 2017, pág. 15).

Respecto a las manifestaciones culturales “se reconocen los tipos: arquitectura, folklore, realizaciones técnicas y científicas y acontecimientos programados” (MinTur, 2017, pág. 15). En la siguiente tabla se presenta un resumen de dicha clasificación haciendo referencia a los atractivos que podrían estar presentes en la laguna de Cuicocha.

Tabla 1.

Clasificación atractivos turísticos con enfoque en Cuicocha.

Categoría	Tipo	Código	Subtipo	Descripción
Atractivos naturales	Montañas	01	Alta montaña	Son todas las elevaciones con alturas superiores a 4800 msnm
	Ambientes lacustres	02	Laguna	Extensión de agua de menores dimensiones que el lago.
Manifestaciones culturales	Folcklore	01	Pueblo y/o nacionalidad (Etnografía)	Se refiere a los asentamientos que conservan rasgos relevantes propios de su cultura.
	Folcklore	02	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	Las creencias, leyendas y mitos son manifestaciones que forman parte de las características sociales de un asentamiento y que por tradición generalmente verbal subsisten en poblaciones menores del país
	Folcklore	03	Artesanías y artes	Está conformada por los objetos que los moradores de una región elaboran, en gran proporción manualmente y utilizando los materiales locales.
	Folcklore	03	Ferias y mercados	Son lugares de encuentro en aquellos pueblos donde campesinos o indígenas del área exponen periódicamente sus productos (agrícolas, animales o artesanales) para su comercialización.
	Folcklore	07	Gastronomía	Alimentos propios de cada región preparados con fórmulas originales tradicionales y utilizando ingredientes del lugar. Pueden o no tener eventos para su presentación.

Nota: Atractivos turísticos presentes en Cuicocha. Fuente Mintur (2017).

Los atractivos turísticos son la base del sistema turístico, por cuanto estos permiten llevar a efecto la experiencia turística. Estos deben tener la suficiente atracción de tal manera que generen un flujo de visitantes constante. En conjunto con la planta turística y los servicios complementarios forman un producto turístico.

2.3.5. Planta turística

Una vez que el turista realiza el desplazamiento desde su hogar hacia los atractivos turísticos, se activa una amplia cadena de valor que a través de los servicios ofertados facilitan la permanencia y el disfrute del destino. Es esto se le denomina planta turística. Está conformada por todas las instalaciones y el equipo de producción de bienes y servicios que satisfacen al turista. (Ludeña, 2012). Incluye alojamiento, alimentación, recreación, transporte y servicios de apoyo. Esta es la estructura productiva del sistema.

Tabla 2.

Planta turística.

Planta Turística	Concepto	Detalle
Alojamiento	Sitios destinados a la pernoctación del turista	<ul style="list-style-type: none"> • Hoteles • Hotel Residencial • Hotel Apartamento • Hostal • Hostería, Hacienda Turística, Lodge • Resort • Refugio • Campamento turístico • Casa de huéspedes
Alimentación	Sitios que ofertan el servicios de alimentación y bebida	<ul style="list-style-type: none"> • Cafetería • Bar • Restaurante • Establecimiento móvil • Plazas de comida • Servicio de catering
Recreación	Actividades de ocio.	<ul style="list-style-type: none"> • Discoteca • Parques temáticos

		<ul style="list-style-type: none"> • Museos...
Servicios de Apoyo	Complemento para que el turista se sienta satisfecho en el lugar que visita.	<ul style="list-style-type: none"> • Agencias de banco • Primeros auxilios • Servicios de seguridad. • Servicios de información

Elaboración propia.

Finalmente se puede decir que la combinación de los elementos que conforman la planta turística genera experiencias turísticas valiosas, porque se analiza las necesidades de los turistas para satisfacerlas. Para ello es necesario el trabajo conjunto de instituciones del estado, empresas privadas y comunidad.

2.3.6. Infraestructura turística

El desarrollo de un destino turístico requiere de infraestructura turística. La infraestructura básica se compone de transporte, vialidad, servicios básicos y comunicaciones. Estos en conjunto permiten que la población se desarrolle como una sociedad activa y que generen condiciones para el desarrollo del turismo. En la siguiente tabla se detalla los más importantes.

Tabla 3.

Infraestructura turística

Tipo	Descripción
Transporte	<ul style="list-style-type: none"> • Aéreo • Marítimo • Terrestre • Fluvial
Carreteras	<ul style="list-style-type: none"> • Vías de primer orden • Vías de segundo orden • Vías de tercer orden
Servicios básicos	<ul style="list-style-type: none"> • Agua • Alcantarillado • Residuos sólidos • Energía
Comunicaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Telefonía fija • Telefonía móvil • Internet

Elaboración propia

2.3.7. Productos turísticos.

Para Ochoa, Conde y Maldonado (2012) “el producto turístico se conforma por la oferta turística de un destino, que a su vez la componen el conjunto de atractivos, bienes, servicios y facilidades capaces de atraer al visitante” (p.26). Es decir, que el producto turístico está integrado por recursos y atractivos turísticos que son considerados la materia prima de la actividad turística, debido a que los elementos que los componen como; la cultura o la naturaleza motivan a los visitantes a realizar el viaje. Dichos elementos son complementados con los servicios que requiere el turista al momento del desplazamiento como: alojamiento, gastronomía, transporte, agencias de viaje, actividades recreativas y servicios no característicos o complementarios como: cajeros automáticos, estaciones de servicio, comercio y otros, que en conjunto forman el producto turístico.

Por tanto, el producto turístico es el resultado de la integración de diversos factores que satisfacen las necesidades de viaje de cada turista. En este sentido, Gonzales (2010) define el producto turístico como “una propuesta concreta que satisface a través de elementos tangibles e intangibles las necesidades de un grupo de consumidores-visitantes. En definitiva, se trata de empaquetar conceptualmente aspectos turísticos para poder llegar con mayor eficiencia al cliente” (p.16). Por tanto, los elementos tangibles que constituyen el producto turístico son: los atractivos naturales y culturales, la infraestructura, la planta turística y los souvenirs. Mientras que los elementos intangibles constituyen la esencia del producto ya que están compuestos por el conjunto de servicios puestos a disposición del turista, de los cuales el de mayor importancia es la hospitalidad.

De forma general Acerenza (1990) menciona que los productos turísticos se resumen en tres componentes: Recursos turísticos, empresas y servicios turísticos; e infraestructuras. Los recursos turísticos pueden ser de origen natural como por ejemplo una cascada y los culturales representan la cultura de los pueblos en cuanto a costumbres, tradiciones etc. Por su parte la infraestructura son los elementos físicos, públicos o privados que brindan el acceso al destino, estas pueden ser de transporte,

salud, energía, señalización turística... Finalmente los bienes y servicios ofertados por las diferentes empresas del mercado turístico, que buscan satisfacer expectativas de los clientes.

2.3.8. Calidad de la oferta turística

La Real Academia Española define a la calidad como “propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor”. La calidad de forma general es el criterio con el que el cliente califica los productos y servicios que se ofertan. Rocha (2011) afirma que “es el conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren capacidad de satisfacer necesidades, gustos y preferencias, y de cumplir con expectativas en el consumidor. Tales propiedades o características podrían estar referidas a los insumos utilizados, el diseño, la presentación, la estética, la conservación, la durabilidad, el servicio al cliente, el servicio de postventa, etc.”

La actividad turística también se rige a sistemas de calidad, es por ello que la OMT menciona que esta “es la apuesta más segura para lograr la competitividad, es decir, las organizaciones turísticas deben garantizar a los clientes que son capaces de responder a sus necesidades, deseos y expectativas, mejor que los competidores”. De esta manera garantizar a los turistas una experiencia placentera, ajustada a sus necesidades, deseos y expectativas, y que genere beneficios tanto para ellos como para la empresa.

La búsqueda de la calidad en el quehacer turístico es amplia porque requiere que toca la cadena de valor genere buenos servicios para la satisfacción del turista. Existen dos formas de evaluar la calidad en esta actividad económica, la primera es global y resulta de la suma de experiencias que el visitante vive desde el momento que sale casa hasta su retorno y otra es individual, es decir, se evalúa cada servicio prestado.

2.3.9. Demanda turística.

Económicamente, la demanda es definida como la cantidad de consumidores dispuestos a comprar un determinado producto o servicio. En el ámbito turístico, la demanda está conformada por el conjunto de visitantes motivados a consumir productos o servicios turísticos, conforme a lo expuesto por Mochón, citado por Bosch (2010) la demanda turística es “la cantidad de servicios turísticos que se desean adquirir a distintos precios y depende de diversos factores, siendo el precio el más significativo” (p. 32). Cuando se hace referencia a la cantidad de los servicios turísticos demandados, se relacionan la planificación de productos turísticos con las motivaciones del turista, puesto que, la compra de determinados bienes y servicios depende de diversos factores que influyen en el turista como la motivación, el nivel de gasto, entre otros.

La OMT (2004) señala que la demanda turística “está formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos” (p.47). Según esta definición se distinguen dos tipos de demanda turística: los consumidores que constituyen el conjunto de turistas que actualmente compran bienes y servicios turísticos y, los posibles consumidores que comprenden aquellos turistas que a futuro harán uso de un producto o servicio turístico. Este concepto está ligado al proceso de toma de decisiones en la planificación de actividades de ocio y, por lo tanto, su determinación depende de factores económicos, sociológicos, demográfico, motivacionales, entre otros.

La evolución de la industria turística concibe una demanda cada vez más diversificada, que busca nuevas experiencias y formas de realizar turismo. En este sentido, Guerrero, Perla y Ramos (2014) mencionan que la demanda turística posee varias características, como:

Elasticidad debido a que es cambiante con los factores económicos del mercado: los precios, si éstos suben, baja el consumo. Es sensible a las condiciones de estacionalidad, en tiempo y espacio por lo que acontece en

los escenarios de cultura, cambios de temporadas, cambios de moda en el destino de los viajes, por mencionar algunos. Depende de la motivación porque se asocia a lugares o puntos de interés individual por parte de los visitantes. Es inestable porque es afectada por factores externos que no permiten el desplazamiento de los visitantes hacia ciertas regiones por sus circunstancias socio-políticas delicadas (guerras, pandemias). (p.181)

Las características cambiantes de la demanda turística plantean un conjunto de estudios que permiten contemplar las diferentes tipologías del turista o visitante entorno a diversos factores. En este sentido, los estudios de la demanda turística contemplan dos objetivos: cuantificar y cualificar la demanda.

Al cuantificar la demanda se trata de medir el volumen de la corriente turística, es decir, obtener datos inherentes al número de visitantes que arriban al destino, la cantidad de pernoctes realizados, el total de gasto, entre otros. Al cualificar la demanda turística se trata de determinar aspectos como: lugar de procedencia, medio de transporte utilizado, formas de alojamiento, motivación, estadía, recurrencia, satisfacción, entre otros, que en conjunto determinan del perfil del turista que vista un determinado territorio o destino.

2.4. Perfil del turista.

El mercado turístico se compone de consumidores de bienes y servicios con características diversas en cuanto a preferencias, nivel económico, ubicaciones, actividades y prácticas de viaje, por esta razón cada turista presenta un perfil diferente. Para Kotler, citado por Gonzáles (2010) “un perfil constituye un aspecto peculiar que se construye sobre la base de una característica dominante, en términos de actitudes distintivas, conductas o comportamiento y variables demográficas” (p.19). Es decir, el perfil es un proceso mediante el cual son agrupadas personas con similares necesidades, deseos y características para que una organización e institución de turismo pueda tener una mayor precisión en la satisfacción de necesidades.

De acuerdo a las conclusiones de Vignati (2009) y Raya (2011) el análisis del perfil del turista debe abordar cuatro aspectos primordiales que son:

***Perfil sociodemográfico:** se consultan datos como género, edad, nacionalidad, composición familiar, instrucción, ocupación y profesión. Nivel socioeconómico: comprende datos como el monto de ingresos percibidos, porcentaje de ingresos destinados al turismo y las veces que realiza turismo en el año. Hábitos de viaje: incluye visitas anteriores al destino, tiempo de permanencia, medios de información, tipo de hospedaje, alimentación y transporte utilizado, compañía de viaje y gasto turístico. Motivaciones de viaje: se refiere al propósito de viaje, las actividades realizadas y los lugares visitados, que incentivaron a la persona a desplazarse a un determinado destino turístico.*

Por su parte, las recomendaciones de la OMT (2004) establecen ciertos criterios de clasificación de la información referente a la demanda turística que contribuyen a definir el perfil de los turistas y que reflejan diferentes comportamientos en cuanto a consumo. Los aspectos que se considerarán en la presente investigación son los expuestos en las cinco dimensiones de la OMT, los cuales son: composición del grupo, comportamiento del turista, motivación de viaje, nivel de satisfacción y, percepción y valoración, estos se detallan a continuación mediante un extracto del documento mencionado.

2.4.1. Composición del grupo

Esta dimensión hace referencia a variables de tipo demográficas, las cuales están dirigidas a obtener la siguiente información:

2.4.1.1. Edad

La clasificación en tramos de edades es utilizada para reflejar segmentos homogéneos de comportamiento turístico, la aproximación a la edad del turista se hace por factores

definitorios del grupo como: niños, jóvenes, adultos y adultos mayores. La demanda turística está muy relacionada con la edad del individuo, ya que cada edad se caracteriza por una serie de actividades e intereses diferentes al momento de elegir el tipo de vacaciones (Cooper et al., 1993).

2.4.1.2. Sexo

Esta variable determina las características del género, resumiéndose en dos posibilidades: femenino y masculino.

2.4.1.3. Procedencia

Se trata de conocer el lugar del cual proviene el turista, es decir su residencia habitual. Para el caso de los extranjeros se puntualiza en conocer el país de residencia, mientras que para los nacionales la provincia en la que reside.

2.4.1.4. Estadía

Se refiere a la permanencia del visitante en los diferentes destinos, considerando el número de pernoctaciones en el lugar de destino.

2.4.1.5. Relación entre los integrantes del grupo

El grupo turístico se define como el conjunto de personas que realizan juntos el viaje, por ejemplo, miembros de una misma familia, compañeros de colegio, amigos, entre otros. También puede tratarse de un tipo de turismo individual en el caso de ser realizado por una sola persona.

2.4.2. Comportamiento del turista

Se refiere a su conducta con respecto a la adquisición de un producto o servicio. Al momento de comprar los consumidores deben tomar muchas decisiones respecto a las

facilidades turísticas, accesibilidad al destino, entre otras. En este sentido, Cooper et al. (1993) clasifica a los turistas en cuatro grupos, donde los primeros corresponden a un turismo no industrializado y los últimos a un turismo no industrializado, así:

- **El turista de masas organizado**, tiene poco contacto con la cultura local y busca mantener su entorno habitual en el destino vacacional.
- **El turista de masas individual**, es similar al anterior, aunque demuestra mayor flexibilidad en sus decisiones.
- **El explorador**, organiza sus viajes independientemente, aunque buscando transporte y alojamiento confortable.
- **El impulsivo**, no tiene ningún contacto con la actividad turística, intenta abandonar su entorno siempre, no tiene itinerario fijo y mantiene contacto con las culturas que visita.

Las variables relativas al comportamiento del turista son las siguientes:

- **Tipo de alojamiento**

Con la finalidad de tipificar al turista según el tipo de alojamiento, se parte de la definición propuesta en el reglamento General de Actividades Turísticas del Ecuador (2011) “son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios” (p.1). Aquí se agrupan los hoteles, hostales, pensiones, hosterías, moteles, complejos vacacionales, campamentos turísticos, apartamentos y cabañas.

- **Tipo de transporte**

Se entiende como medio de transporte aquél utilizado para arribar al destino, además de aquellos empleados en el destino, estos pueden ser terrestre (bus, taxi, motocicleta, otros), aéreo y acuático.

- **Modalidad de viaje**

Corresponde a la forma en la cual el visitante realiza el turismo, en la modalidad de viaje sobresalen dos tipos: paquete organizado, es el modo mediante el cual el viajero contrata en una agencia de viajes al menos dos servicios que se pagan de forma conjunta; cuenta propia, es cuando el viajero adquiere servicios de forma directa.

- **Medio de información**

Un turista puede acceder al destino a partir de la recurrencia a diferentes fuentes de información, entre las cuales están; la referencia de conocidos (boca a boca), consulta agencias de viajes, internet, radio, prensa, folletos, entre otros.

- **Recurrencia**

Comprende la intención de regreso o las veces que visita el turista un determinado destino en el año.

2.4.3. Motivación de viaje

Cuando las personas viajan hay de por medio una motivación que las impulsa a realizar el viaje. Para la OMT (2004) “la motivación es la razón en cuya ausencia el viaje no se hubiera producido” (p.64). Existen tantas motivaciones o tipologías de turismo como consumidores.

- **Turismo rural**

El turismo rural consiste en la realización de actividades en espacios rurales, donde la principal motivación del turista es el contacto con el modo de vida de la población local, conforme a lo señalado por la OMT, citado por Barrera (2006) para quien el turismo rural comprende:

El conjunto de actividades que se desarrollan en un entorno rural, excediendo el mero alojamiento y que pueden constituirse, para los habitantes del medio, en una fuente de ingresos complementarios a los tradicionalmente dependientes del sector primario, convirtiéndose en un rubro productivo más de la empresa agropecuaria. (p.12)

De esta manera, el turismo rural contribuye a la permanencia de las personas en los sectores rurales, ya que diversifica las actividades económicas permitiendo la participación de jóvenes y adultos.

- **Ecoturismo**

Según varios documentos la motivación principal del turista es pasar tiempo libre en contacto con la naturaleza, practicando actividades de observación y conocimiento de la riqueza natural y cultural del destino que visitan. Actualmente los turistas valoran la tranquilidad, la autenticidad y sobre todo la conservación de los recursos naturales y culturales.

En este sentido, el ecoturismo es una modalidad que se desarrolla bajo el contexto del turismo sostenible, ya que, más allá del disfrute del turista, se promueve el bienestar de las comunidades locales y la preservación del medio natural. Para la Secretaría de Turismo de México, SECTUR, (2004) el ecoturismo son “los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través del contacto con la misma”. (p. 14).

- **Turismo de aventura**

El turismo de aventura es aquel viaje o excursión a sitios naturales, con la finalidad de interactuar con dicho entorno, a través de la realización de diversas actividades que generan toda una aventura. “El turismo de Aventura son los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza”, ibíd, (p. 10). Por tanto, esta modalidad de turismo comprende los viajes que tienen como

finalidad realizar actividades recreativas asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza, donde mediante la práctica de un determinado deporte se disfruta de la armonía de la naturaleza.

- **Turismo gastronómico**

Hall y Mitchell, citado por Oliveira (2008) refiriéndose al turismo gastronómico señalan; “El turismo gastronómico es la visita a productores primarios o secundarioa de alimentos, participación en festivales gastronómicos y búsqueda de restaurantes o lugares específicos donde la degustación de alimentos y toda experiencia inherente es la razón principal para viajar” (p.261-262).

Las autoras antes citadas mencionan que es importante diferenciar en primer lugar a los turistas que se alimentan porque se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual de aquellos cuya selección del destino se relaciona directamente con la gastronomía.

- **Turismo de salud**

La Secretaría de Turismo de Argentina con respecto al turismo de salud señala:

*El turismo de salud es una actividad que aprovecha las diferentes fuentes termo-minero-medicinales y sus derivados (aguas, peloides y algas), con la posibilidad de combinarlos con el sol y el clima; a través de diversas técnicas de aplicación al ritmo, intensidad, duración y frecuencias establecidas por un médico; con fines curativos, preventivos y de rehabilitación en pos de mejorar la calidad de vida del turista.
(www.turismo.gov.ar)*

Por su parte, el documento de la Cámara Argentina de Turismo, denominado Plan Federal Estretégico de Turismo Sustentable, define el turismo de salud como; “La modalidad de turismo cuya motivación principal es el cuidado del cuerpo ya sea por

motivos de salud, o simplemente por el deseo de mejora física, pudiendo estar combinado con otras motivaciones (animación, descanso, gastronomía, naturaleza”

2.4.4. Nivel de satisfacción

Según el MINTUR (2014) “la satisfacción del cliente está conformada por dos elementos: el desempeño percibido, que es el resultado que el cliente percibe por un producto o servicio; las expectativas, son las esperanzas que los clientes tienen por conseguir algo” (p.32-33). En este ámbito, los clientes experimentan uno de estos tres niveles de satisfacción:

- **Insatisfacción.** se produce cuando el desempeño percibido del producto o servicio no alcanza las expectativas del cliente.
- **Satisfacción.** se produce cuando el desempeño percibido del producto o servicio coincidieron las expectativas del cliente.
- **Complacencia.** se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

2.4.5. Percepción y valoración

No existen dos individuos iguales, por lo que sus decisiones dependerán de sus actitudes, percepciones, personalidades y experiencias, estos aspectos configuran juicios subjetivos por parte de los turistas, los cuales influyen en el proceso de decisión de la compra del producto o servicio. Según Kotler, citado por Gonzáles (2010) “la valoración es la evaluación que hace el turista de la capacidad de satisfacción del producto o servicio” (p. 30). Esto significa que la percepción del producto o servicio dependerá del valor percibido.

2.5. Marketing mix

En la actualidad la mercadotecnia es una herramienta de gestión muy importante, pues a través de ella se busca la satisfacción de los clientes, orientando los productos y servicios a las necesidades y preferencias del consumidor. American Marketing Association define: “el marketing es un proceso de planear y ejecutar el concepto, precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfacen los objetivos de los individuos y las organizaciones” (Kotler & Armstrong, 2013, p.5). También es considerado el arte de satisfacer las necesidades del cliente potenciando al máximo la venta del producto. El marketing mix representa los cuatro pilares básicos de toda y cualquier estrategia. Engloba producto, precio, plaza y promoción.

Respecto al **producto** Entreprenar (2019) menciona que es “cualquier bien, servicio, idea, persona, lugar, organización o institución que se ofrezca en un mercado para su adquisición, uso o consumo y que satisfaga una necesidad”. Por tanto, el producto es lo que se va a vender y para ello es necesario conocer las características de la demanda. El **Precio** es el valor que será cobrado por la adquisición del producto ofertado. En otras palabras, es la cantidad de dinero que el consumidor debe pagar para tener acceso al producto o servicio. Para Kotler, citado por Sánchez, Benítez y Arias (2015) “un precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar un producto o servicio” (p.73). Quizá este es uno de los puntos más delicados de tratar pues el cliente usualmente en lo primero que se fija es en el precio. La **Plaza** es equivalente a la distribución y la constituyen los intermediarios a través de los cuales el producto llegará al consumidor. Finalmente, la **promoción** es la actividad mediante la cual se promociona y distribuye utilizando los medios masivos y otros para difundir el producto, en donde juega un papel importante los intermediarios, así como también los consumidores actuales y potenciales. En definitiva, las cuatro P del marketing manejadas estratégicamente garantizan el éxito de un producto en el mercado.

CAPÍTULO III

3. Marco metodológico

3.1. Descripción del área de estudio

En la zona norte del Ecuador, se encuentra ubicada la provincia de Imbabura, conocida como la provincia de los lagos. Está constituida por 6 cantones: Ibarra, Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo, Pimampiro y San Miguel de Urcuquí. Por su riqueza natural y cultural recientemente fue catalogada como Geo parque a nivel internacional.

Su territorio forma parte de dos áreas protegidas, el Parque Nacional Cayambe Coca y el Parque Nacional Cotacachi Cayapas. Este último se divide en dos zonas, alta y baja. El centro de administración de la zona alta se establece en la Laguna de Cuicocha en el cantón Cotacachi, y de la zona baja se ubica en Esmeraldas en el distrito San Miguel.

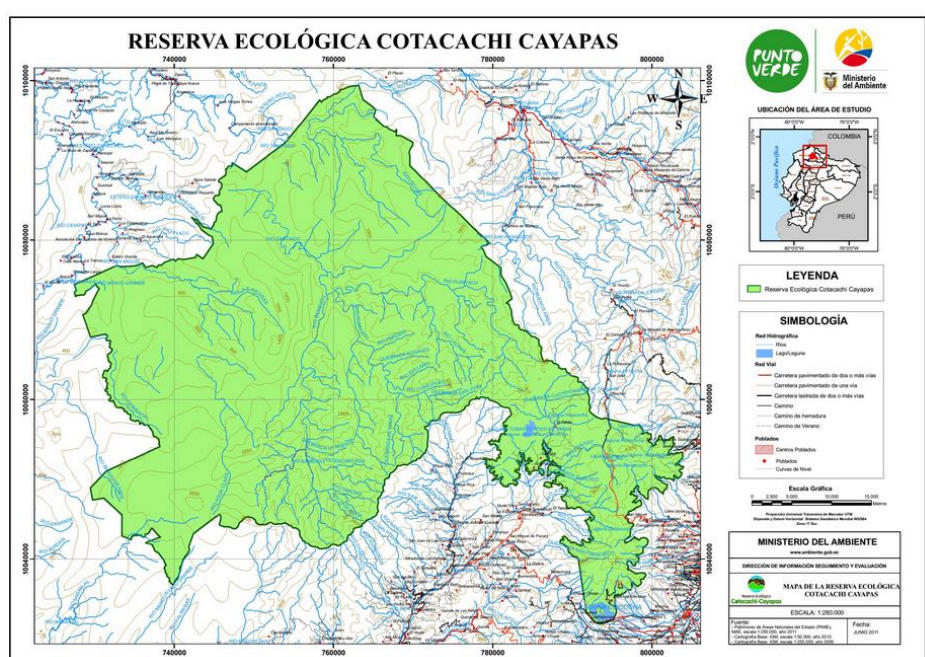


Figura 1. Mapa Parque Nacional Cotacachi Cayapas.

Nota: Tomado del Ministerio de Ambiente (2011)

La investigación se realizó en la zona alta, distrito Cuicocha, laguna de Cuicocha, caracterizado por la riqueza paisajística, florística y faunística generada por la geografía accidentada del volcán Cotacachi. Se encuentra a 12 km de la ciudad de Cotacachi. Entre los atractivos naturales más destacados del lugar se puede mencionar la laguna de Cuicocha de origen cratérico, el volcán Cotacachi, las lagunas de Tobar Donoso “Piñàn”, el centro de interpretación ambiental y varios senderos interpretativos.

El Centro de Interpretación, que forma parte de la oferta, está ubicado junto al lago brinda un recorrido autoguiado donde destaca las riquezas ambientales y culturales del área protegida algunos senderos que se puede recorrer son la Ruta Sagrada, Gorky Campuzano, también se puede visitar el Cerro Cotacachi y Yanahúrcu. En la zona de amortiguamiento están asentadas siete comunidades kichwas. Cabe destacar que existe presencia de turistas, pero su estancia es corta y generan escasos ingresos económicos. El presente estudio, diseñó estrategias para el posicionamiento de la oferta turística con miras a mejorar las condiciones de vida de la población vinculada al turismo en la zona alta del parque en la zona alta.

3.2. Diseño y tipo de investigación

En la presente investigación se aplicó especialmente la observación de campo, realizando visitas periódicas al territorio para la recopilación de información de la oferta turística vigente, que permitió caracterizar los productos turísticos que se están ofertando.

Para fundamentación teórica se aplicó investigación documental y bibliográfica en fuentes secundaria como tesis, libros, artículos científicos, revistas, diarios, proyectos turísticos, sitios web oficiales... publicados en los últimos cinco años. Información estadística y jurídica se obtuvo del Ministerio de Turismo, Ministerio del Ambiente y Ministerio de Cultura.

El trabajo investigativo es descriptivo ya que permitió especificar las características de los atractivos y servicios turísticos ofertados en el Lago de los Dioses para su posterior análisis e interpretación.

3.3. Procedimiento de la investigación

La investigación demandó el cumplimiento de tres objetivos específicos. El primero consistió en analizar los atractivos naturales y culturales presentes en la laguna de Cuicocha. En segundo se determinó las características y la calidad de los servicios turístico ofertado en el lugar de estudio. Finalmente se propuso estrategias para el posicionamiento de la oferta. Se empleó la técnica de **observación**, esta consiste revisar atentamente el fenómeno turístico desarrollado en el área de estudio, para tomar información, registrarla y posteriormente analizarla. La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos.

Se elaboró una ficha de registro de información en donde constarán variables como recursos turísticos naturales y culturales, infraestructura (cabañas-alojamiento, restaurante, mercado artesanal, botes, muelle bar, transporte y vialidad), servicios turísticos, conectividad, guianza turística, senderos interpretativos, entre otros relevantes. También se hizo un registro fotográfico. La visita de campo engloba todos los atractivos presentes en el sector de la laguna de Cuicocha.

Para la determinación de la calidad de servicios turísticos concentrados en la infraestructura turística del Lago Cuicocha se elaboraron fichas que permitieron analizar aspectos como el precio, la calidad, innovación, cobertura, permanencia, empoderamiento, originalidad, entre otros. Los resultados se presentan en matrices con ponderaciones y redacción.

3.4. Consideraciones bioéticas

La investigación se desarrollará sobre la oferta turística del Lago Cuicocha, ubicado en la zona alta del Parque Nacional Cotacachi Cayapas. Las consideraciones bioéticas

que se aplicarán son: beneficencia, justicia y autonomía. El trabajo investigativo busca generar una experiencia turística placentera que satisfaga las expectativas del turista, causando el menor daño posible al ambiente y a su vez incrementando los recursos económicos de los pueblos indígenas vinculados al parque, maximizando sus beneficios. De esto trata el principio de beneficencia. Otra consideración es la justicia en donde se buscará la equidad para todos los actores.

CAPÍTULO IV

4. Análisis e interpretación de resultados

4.1. Análisis de los atractivos naturales y culturales de la Lago de Los Dioses “Cuicocha”.

4.1.1. Atractivos naturales

Tabla 4.

Atractivos Naturales.

Atractivos	Calidad ambiental	Ingreso/costo	Accesibilidad
Laguna Cuicocha	Buena/aceptable	Buena/aceptable	Buena/aceptable
Islotes	Buena/aceptable	Buena/aceptable	Buena/aceptable
Fauna representativa	Buena/aceptable	Buena/aceptable	Buena/aceptable
Flora nativa	Buena/aceptable	Buena/aceptable	Buena/aceptable
Paisaje	Buena/aceptable	Buena/aceptable	Buena/aceptable

Elaboración propia.

De acuerdo a los datos expuestos se puede evidenciar que, dentro de los recursos naturales como Islotes, fauna representativa, flora nativa y paisaje, que se encuentran dentro del atractivo natural lago de Cuicocha en su mayoría tienen la condición de *bueno o aceptable*, especialmente a los parámetros relacionados con el indicador de: calidad ambiental, ingreso/costo y la accesibilidad.

La calidad ambiental de Laguna de Cuicocha, es buena por cuanto es un ecosistema lacustre cuya característica es que no tiene ríos que le alimentan y se encuentra exento de contaminación de actividades antrópicas, especialmente desechos líquidos o aguas servidas; aunque si es cuestionable la presencia de motores utilizados los cuales alcanzan en algunos casos altos decibeles que afectan a la fragilidad de este ecosistema, especialmente anfibios y aves nativas que es lo que caracteriza a esta área

natural hoy declarado parque Nacional según Acuerdo Ministerial 040 del 7 de mayo del 2019, en el Art. 1 estipula: *cambiar de categoría de Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas a Parque Nacional de conformidad al análisis contenido en el informe Técnico No. 010-2018-SPN-DNB-MAE del 21 de noviembre del 2018 y sobre la base de lo previsto en el numeral 7 del Art. 24 (...)*. Lo cual se debe a la presencia de riqueza biológica y lacustre como el caso de la Laguna de Cuicocha que como atractivo turístico se destaca por presentar aguas cristalinas y está situada a 3.100 metros sobre el nivel del mar. También conocida como Kuychi Kucha , "laguna de arco iris" Tsuish Kucha (kichwa) “laguna de los dioses”. Ésta última se encuentra en latitud 10033227 y longitud 794375, ubicada a 12 km al suroccidente de Cotacachi y a 14 km de Otavalo. El espejo de agua tiene una extensión de 462,5 ha. Según estudios científicos su origen es violento, resultado de una erupción freática que ocurrió hace aproximadamente unos 3000 años. “Consiste en un profundo cráter volcánico de unos 4 km de largo, unos 3 km de ancho, y 200 metros de profundidad. Sus aguas están formadas por los deshielos del Cotacachi y por vertientes que fluyen subterráneamente, tienen una temperatura media 7° C.” (La Geoguía, 2019. Párr 4.). Es una de las lagunas más visitadas en la zona norte del Ecuador.

“Lago de los dioses”



Figura 2. Lago Cuicocha. Elaboración propia.

En el lago emergen producto también del fenómeno eruptivo freático, se han formado dos islotes, el Teodoro Wolf y el Yerovi separados por un canal de agua denominado el Canal del Ensueño, durante los recorridos en lancha y cerca de las orillas de los islotes el más grande T. Wolf con una extensión de 41 Ha y el más pequeño Yerovi de

27 Ha, por la parte occidental de éstos, se puede observar burbujas que emergen del fondo de lago como muestra actividad volcánica aun en la actualidad. A las orillas del lago se puede mirar el crecimiento de plantas como las totoras, material usado en la elaboración de artesanías por las poblaciones colindantes del lugar.

Los islotes tienen la forma de dos domos gigantes y están recubiertos por la vegetación típica de las frías regiones andinas “se caracterizan por tener un estrato arbóreo que alcanza los 15 m de altura, donde las especies dominantes son *Columellia oblonga* y *Solanum* sp. Los troncos de los árboles están llenos de musgos, líquenes y bromelias” (Parks & Trribes, 2019, párr 15.). Debido a la humedad permanente los domos permanecen siempre verdes lo cual ha dado origen a ciertas leyendas que hacen que este lugar sea lleno de cierto misterio.

Para poder admirar la belleza natural de este lugar, el Ministerio del Ambiente conjuntamente con la UNORCAC y las autoridades administrativas cantonales, alrededor del lago han construido una estructura que permite realizar senderismo para hacer recorridos que logren que el visitante tenga mayor contacto con este entorno ambiental y puedan observar desde diferentes ángulos el espejo de agua que ofrece el Lago de los dioses. El sendero Gorki Campuzano, es que circunda toda el área del Lago con una extensión de 17 Km el cual se lo puede transitar en aproximadamente cinco horas, y dentro de éste se encuentran el resto de senderos que en orden ascendente van así: El Sendero Ruta Sagrada con una distancia de 350 metros, El Sendero Las Orquídeas que tiene 1,7 km, de largo, El Sendero El Arrayán con 2,06 km de distancia y el Sendero Galo Rosales con un recorrido de 8 km. Si se los quiere recorrer es recomendable llevar equipo de media montaña y preferentemente realizar esta caminata utilizando los servicios de guianza los cuales se los puede encontrar en el centro de interpretación de ese lugar para sacarle mayor provecho a la visita de este lugar.

La diversidad de especies vegetales que se encuentran en la zona es enorme, con especies vegetales singulares que han venido con el paso del tiempo adaptándose a los cambios bruscos de clima, especies endémicas que convierten a esta zona en única ya

que va representada por plantas como la totora hasta la paja que forma los pajonales característicos de estas regiones andinas y otras que se han adaptado también para resistir las altas radiaciones ultravioletas. En la siguiente tabla se indica las principales especies.

Tabla 5.

Especies de flora y fauna Laguna de Cuicocha y sus islotes en buenas condiciones

Flora	Fauna
Orquídeas (Ochidaceae)	
Chuquiragua (<i>Chuquiraga jussieui</i>)	Garzas (<i>Ardea alba</i>)
Mortiño (<i>Vaccinium meridionale</i>)	Conejo de monte (<i>Sylvilagus brasiliensis</i>)
Totora (<i>Schoenoplectus californicus</i>)	Torcazas (<i>Zenaida auriculata</i>)
Shanshi (<i>Coriaria thymifolia</i>)	Colibrí (<i>Mellisuga helenae</i>)
Palo Rosa (<i>Aspidosperma polyneuron</i>)	Gorrión (<i>Passer domesticus</i>)
Pumamaquí (<i>Oreopanax ecuadorense</i>)	Mirlo (<i>Turdus merula</i>)
Arrayán (<i>Myrtus communis</i>)	Lagartija (<i>Psammodromus hispanicus</i>)
Calahuala (<i>Polypodium decumanum</i>)	Ratón de campo (<i>Apodemus sylvaticus</i>)
Aliso (<i>Alnus acuminata</i>)	Pato silvestre andino (<i>Anas andium</i>)
Yagual (<i>Polylepis incana</i>)	
Pajonal (<i>Stipa ichu</i>)	

Elaboración propia

Las actividades que se pueden practicar son recorridos en lancha, avistamiento e flora y fauna, fotografía paisajística. Junto a la laguna se puede encontrar la Hostería Cuicocha UNORCAC que oferta hospedaje y servicio de restaurante con variedad de gastronomía Nacional e Internacional. Además, un Muelle Bar donde el turista puede degustar gastronomía local como empanadas de queso y plátano, mellocos con habas y queso, entre otros. Si desea adquirir algún recuerdo de su visita puede acercarse al mercado artesanal en donde encontrará varios productos elaborados a base de lana y cuero mayoritariamente.

La vía de acceso hasta el sitio turístico es de primer orden. En Quiroga opera la cooperativa de camionetas Cuicocha que oferta servicios de transporte hasta la laguna. El costo es de 5 dólares, por el recorrido de 11km. Si va en vehículo particular debe seguir la señalética que se encuentra en la vía. Puede visitar el sitio los 365 días del año en horario del 08H: 00 a 17H: 00, la entrada es gratuita y en ocasiones personal del área protegida registra el ingreso con su cédula de ciudadanía.

4.1.2. Atractivos culturales.

Tabla 6.

Atractivos culturales

Atractivos Culturales	Empoderamiento de la comunidad	Originalidad	Creatividad	Valor patrimonial	Código visitante
Grupos Étnicos	Muy bueno	Bueno	Mala	Bueno	Bueno
Fiestas del Sol	Muy bueno	Muy bueno	Muy bueno	Muy bueno	Muy bueno
Rituales	Bueno	Muy bueno	Buena	Bueno	Muy bueno
Artesanías	Bueno	Malas	Malas	Bueno	Bueno

Elaboración propia

Las raíces de un pueblo son las costumbres y tradiciones, a través de ellas se refleja la cosmovisión, forma vivir, de pensar, de actuar. Esto hace que sean grupos humanos distintos, con características innatas que de alguna forma motivan la visita de turistas. El turismo cultural en sí busca dar a conocer las manifestaciones culturales de cada sitio visitado. Es así que los atractivos naturales que posee un área turística se complementan con la cultura haciendo una experiencia turística valerosa.

En la tabla 6 se puede evidenciar que los atractivos culturales identificados son grupos étnicos, fiesta del sol, rituales y artesanías. Respecto al indicador empoderamiento del pueblo Kichwa de Cotacachi, es alto, mas no así su originalidad y creatividad puesto que no se observa innovación; el valor patrimonial y código visitante son buenos. La

fiesta del Inti Raymi (fiesta del sol) es la más representativa del año, por lo que la comunidad realiza diferentes actividades acompañadas de rituales para agradecer al Dios Sol por las cosechas. En este sentido, la ponderación es alta en los cinco indicadores. Gran parte de la población kichwa se dedica a la talabartería (trabajo en cuero), tanto a su fabricación como distribución. Cabe destacar que no son de buena calidad puesto que los materiales y algunos productos terminados son importando de otros países o ciudades del Ecuador. En definitiva, los productos son repetitivos y poco originales, pero tienen valor patrimonial.

4.1.2.1. Pueblo Kichwa Cotacachi

Los Andes ecuatorianos desde la antigüedad, vistieron multicolor debido a la presencia de distintos grupos étnicos con costumbres y tradiciones diferentes; unidos por los paisajes y las condiciones climáticas. En la zona norte del país, específicamente en la provincia de Imbabura, se asientan los pueblos quichwas Otavalo, Cotacachi y Caranqui, pueblos caracterizados por la agricultura, ganadería, textilera y comercio.

Tras la conquista española estos pueblos han sufrido explotación, perjuicio e incluso han sido obligados a adoptar costumbres europeas. Cansados de estas condiciones varios líderes indígenas encabezan luchas constantes para hacer valer y respetar sus derechos, garantías constitucionales y autoridad en los territorios ancestrales.

En el cantón Cotacachi, de la provincia de Imbabura, las comunidades indígenas en 1977 crean la Unión de Organizaciones Campesinas Indígenas de Cotacachi (UNORCAC), que es una organización de segundo grado sin fines de lucro. Está compuesta por 45 comunidades de base campesina, indígena y mestizas. Dentro la estructura organizativa se delega comisiones especiales para la ejecución de planes de acción.

Para el desarrollo de la actividad turística crearon el Comité Eco turístico Kuichik Kucha (CEKK) mismo que está conformado por siete comunidades: San Nicolás, San Antonio del Punge, Arrayanes, Morochos, Chilcapamba, Morales Chupa e Iltaquí,

aledañas al Parque Nacional Cotacachi Cayapas, zona de Cuicocha. Las costumbres y tradiciones de estos pueblos motivan la visita de turistas nacionales y extranjeros.

La economía de estos pueblos se basa en la agricultura, ganadería. Esto presta condiciones para realizar agroturismo. Otra actividad destacada en la artesanía en cuero, elaboran bolsos, calzado, chaquetas, llaveros, correas, entre otros artículos. También realizan tejidos en lana.

La cosmovisión del pueblo Kichwa de este sector recae en el agua, la luna, el sol y los referentes espirituales son las montañas principalmente la mama Cotacachi y el taita Imbabura mismos que son protectores de la fertilidad humana y animal. La espiritualidad es referida en los elementos de la naturaleza. Apak Otavalo (2017) menciona que la bendición es “En el nombre del Sol, en el nombre de la tierra, en el nombre del agua y en el nombre del viento” señalando los cuatro lados norte, sur, este y oeste. Las fiestas se enfocan a estos elementos de la naturaleza.



Figura 3. Mujeres Quichwas Cotacachi.

Fuente: Depositphotos (2019)

En marzo celebran el inicio del año nuevo Kichwa. En la puerta principal o su vez en el patio se hace un altar de rosa para evitar que el diablo entre al hogar. Se hace un baño ritual a todos los integrantes de la familia denominado Tumarina. En junio se destaca el Inti Raymi, realizada en agradecimiento al Dios Sol por las cosechas, la procesión en semana santa que es encabezada por mujeres quienes guían el recorrido. Otra fiesta importante es la fiesta de la Jora (Chicha elaborada a base de maíz)

desarrollada en septiembre, entre las más destacadas. El antropólogo José Echeverría menciona que en Cotacachi se conservan casi intactas las tradiciones nativas.

4.1.2.2. Fiestas del Inti Raymi

Las flautas de carrizo, churos, armónicas y tambores marcan el ritmo de la celebración más importante del año para los quichwas de Cotacachi, el Inti Raymi. Esta fiesta se realiza en honor al dios sol por el agradecimiento de las cosechas. “Los jóvenes campesinos en la época del solsticio de junio se convierten en los ‘Hijos del Sol’ y lo celebran con un zapateo intenso y vigoroso. Intentan despertar a la Tierra para agradecerle por las cosechas”. (La Hora, 2019). La programación empieza el 20 de junio y culmina el 1 de julio de cada año donde se realizan distintas prácticas ancestrales.

Tabla 7.

Calendario de fiestas Inti Raymi 2019 Cotacachi.

Fecha	Actividad
21 de junio	Toma de la plaza por parte de los estudiantes de las instituciones educativa
22 de junio	Armay Tuta o baño ritual del Inti Raymi. Es un ceremonia de limpieza y purificación
23 de junio	Baile tradicional en el parque central de Imantag
24 y 25 de junio	Hatun Puncha (El Gran Día) o toma de la plaza central por parte de grupos la zona alta y zona baja
01 de julio	Warmi Puncha (Día de las mujeres). Paticipan solo mujeres para equilibrar el ambiente.

Nota: Observar el cronograma de fiestas del Inti Raymi celebrado por las comunidades indígenas de Cotacachi. Fuente: Minsterio de Turismo (2019).

La toma simbólica de la plaza central se lleva efecto el 21 de junio dando apertura a la fiesta. Las comunidades bailan desde los alrededores y se acercan con gritos, silbidos y zapateos intensos demostrando la fuerza del grupo y diciendo “aquí estamos”. Tradicionalmente se enfrentan los grupos denominados Topos y los Caleras. Bailan en cada esquina haciendo círculo que giran hacia la izquierda, derecha y viceversa ganado

espacio en la plaza. Quien gane tendrá bendiciones y prosperidad en el siguiente año, contrario a quienes pierden que tendrán un año malo. Aquí se destaca también la rama de gallos que se entrega a familiares y líderes comunitarios como muestra de agradecimiento.

La celebración de esta fiesta también se realiza en el Parque Nacional Cotacachi Cayapas en el sendero Ruta Sagrada en Cuicocha. Las comunidades indígenas coordinan con el Ministerio del Ambiente (MAE) las actividades a desarrollarse el 22 de junio de cada año. Esta cartera de estado “promueve el aprovechamiento sostenible de sus recursos naturales, buscando asegurar la conservación de los ecosistemas y un uso controlado y eficiente de los mismos dentro de las actividades turísticas” (MAE, MAE y comunidades andinas organizaron la celebración del “Inti Raymi” en Cotacachi, 2019). Todo se planifica con anticipación ya que es un honor ser considerado prioste o padrino de la fiesta. Durante el evento se realiza “un ritual espiritual que consiste en un recorrido por las diferentes estaciones del lugar como son el Calendario solar, Calendario lunar, Sitio de ofrendas y Baño ritual” (MAE, 2019). En junio del 2019 alrededor de 2580 turistas entre nacionales y extranjeros disfrutaron de este evento cultural.



Figura 4. Celebración del Inti Raymi en Cuicocha.

Fuente: MAE (2019)

Para la celebración realizan una chakana o cruz andina la cual se diseña con frutas, granos y flores. Se prende un incienso con palo santo para dar inicio. “Los diferentes lados de la Chakana, deifican: agua, aire, tierra y fuego (elementos de la vida, que se

utilizan en la Alimentación Sagrada); en el centro de la cruz se plasma: sol y luna en matrimonio, deidades masculina y femenina” (ReAct, 2019). La población se coloca alrededor mientras el Yachay (Sabio) dice las palabras de agradecimiento.

El calendario solar que es un instrumento de orientación temporal usado por los pueblos aborígenes desde hace miles de años. “Desde la dimensión cosmológica andina, el sol se desplaza en el año (wata en Kichwa, significa también, amarrar, atar) en un ciclo de tiempo dividido en cuatro momentos astronómicos para los hemisferios norte y sur; y dos para Ecuador” (Alai, 2012). Es decir, se divide en solsticios (22 de junio y 22 de diciembre) y equinoccios (21 de marzo y 21 de septiembre). En estas fechas se celebran las cuatro grandes fiestas andinas que son el Pawkar Raymi, el Inti Raymi, el Killa Raymi y el Kapak Raymi, respectivamente. Cabe mencionar que los Raymis marcan el inicio de un nuevo ciclo. En Cuicocha el calendario está construido a base piedra. En el centro una piedra alargada y alrededor 12 rocas incrustadas en la base, cada una marca un mes. Actualmente por la sobrecarga turística está deteriorado.



Figura 5. Calendario Solar

De igual forma se adora a la Luna utilizando el calendario lunar que tiene en el centro una roca principal de forma cilíndrica, en el extremo fijan en el piso 13 rocas también cilíndricas. El año lunar se divide en 13 meses de 28 días, 4 semanas de 7 días dando un total de 364, el día restante lo dedican para celebrar el Inti Raymi. Los antepasados usaban las fases lunares como referencia para la siembra de cultivos agrícolas y la cría de animales domésticos, principales fuentes de sustento. La Luna también es considerada un dios al cual se debe venerar y pedir permiso para que todo lo planificado salga bien. La Mama Killa (luna) representa la fertilidad tanto para la tierra como para las mujeres.



Figura 6. Calendario lunar.

Otro sitio destacado del sendero Ruta Sagrada es el sitio de ofrendas, construido con pequeñas rocas. En el centro tiene una especie de plataforma con círculos que van desde el interior hacia el exterior. Alrededor unos pequeños muros de piedra. El lugar es un excelente mirador turístico. Aquí acondiciona la tradicional chakana. En una manta blanca de base ubican las ofrendas como frutas, granos, flores, plantas medicinales y el incienso. La decoración depende del Yachay a cargo de la celebración.

El Baño ritual según Enrique Cachiguango tiene dos funciones, la primera es de “purificación corporal, mental y espiritualmente y la segunda es la energización del ser humano”. El agua utilizada debe ser limpia para que funcione el ritual. Es un proceso renovador que marca el inicio de un nuevo ciclo eliminando las energías negativas acumuladas todo el año. Las personas acompañar el baño con ortiga y plegarias pidiendo a la pachamama mejorar sus condiciones actuales. Todo es acompañado por músicos con temas alegres.

Las celebraciones muestran las costumbres y tradiciones de cultura vivas y milenarias que enseñan a respetar y agradecer a los elementos de la madre tierra. La cosmovisión del pueblo Cotacachi está ligada a la espiritualidad. Pese a los rasgos coloniales impuestos aún se conservan intactas algunas prácticas como el caso de la minga en donde todos los integrantes de la comunidad colaboran. Este trabajo comunitario es la muestra de la solidaridad de los pueblos para buscar un mejor futuro para sus familias.

4.1.2.3. Artesanías y arte

Ecuador, gracias a su diversidad étnica con de artesanos hábiles, tiene pintorescos mercados indígenas; el más conocido es la Plaza de Ponchos del pueblo Otavalo. De igual forma el pueblo Cotacachi también tiene mercados, en gran parte enfocados en artículos elaborados a base de cuero, como ya se ha mencionado en este estudio.

En la Laguna de Cuicocha hace varios años funciona un mercado artesanal. Aquí venden sus productos personas de las comunidades cercanas al atractivo y que pertenecer a la UNORCAC. Son 12 locales comerciales construidos a base bloque y madera y techo de zinc, con vista a los cuatro lados. Cabe resaltar que no cuentan con ninguna protección por lo que al final el día los vendedores se llevan toda la mercadería.



Figura 7. Mercado Artesanal Cuicocha.

Semana a semana expenden artesanías como: ruanas, bufandas, manillas, collares de diferentes materiales y colores, llaveros gorros, entre otros artículos. Los precios varían de acuerdo al material y la laboriosidad del artículo. Artesanos Kichwas también se dedican a la talabartería que es una de las principales actividades económicas de la población, considerada patrimonio histórico y cultural. Los saberes ancestrales han pasado de generación en generación hasta el punto de convertir a este sitio en un referente nacional e internacional del trabajo en cuero.

Antiguamente los bolsos, zapatos, sombreros, chalecos, abrigos, billeteras, llaveros, entre otros se elaboraban con cuero. Este “proviene de la piel o capa de tejido que recubre la carne de los animales. Se caracteriza por tener una gran resistencia y

flexibilidad, lo que le aporta un plus para su posterior manipulación y tratamiento” (Arte y Cuero, 2019, párr 1.). Los artesanos maniobran y transforman en hermosos productos que por su calidad son muy costosos, por ejemplo, un bolso para dama puede bordear desde 30 a 90 dólares. En la actualidad esta materia prima ha sido reemplazada paulatinamente por fibras sintéticas parecidas al cuero.

Varios productos salen de la zona Íntag, especialmente artesanía de cabuya, materia prima que es cultivada y procesada en la localidad. Entre los artículos que se expenden se puede encontrar bolsos, cinturones, cestas, entre otros. Se puede afirmar que estas son las más originales y creativas del lugar.

Los mercados artesanales, son la vitrina no solo de productos sino también de las costumbres y tradiciones de pueblos milenarios que pese a los cambios sociales se ha mantenido. Los turistas se llevan un pedazo del saber ancestral resumido en una artesanía.

4.1.2.4. Carnes Coloradas

En el restaurante de la Hostería Cuicocha se oferta gastronomía nacional e internacional. Uno de los platillos locales es las Carnes Coloradas. Éstas son un referente del pueblo Cotacachi. Según mencionan algunos habitantes usualmente las sirven con chicha de Jora. Para la preparación se utiliza “carne de cerdo marinada en cerveza con ajo, cebolla, achiote, comino, orégano y se cocina a fuego lento hasta dorarse” (Telégrafo, 2015). Esto se acompaña con tortilla de papa o llapingacho, mote, tostados, plátano frito, aguacate, yuca, salsa de queso, ensalada y el tradicional ají.



Figura 8. Carnes Coloradas.

Los lugareños consumen las carnes coloradas en ocasiones especiales y en reuniones familiares. Los ingredientes son cultivados en la chacra a excepción del plátano y la yuca que sale de la zona de Íntag. Los cerdos son alimentados con desperdicios alimenticios domésticos y en algunas ocasiones suplementos alimenticios, en las comunidades. Resultado de esto, productos de calidad para la elaboración del plato más apetecido en el lugar.

4.2. Servicios turísticos Cuicocha

En este apartado se realiza primeramente la caracterización de los servicios turísticos que se ofertan en la laguna de Cuicocha, donde se detalla la planta turística, facilidades turísticas, recreación, infraestructura turística y servicios de apoyo usando las ponderaciones muy bueno, bueno, regular y malo en los siguientes indicadores: precio, innovación, cobertura, permanencia, empoderamiento, originalidad y compromiso colectivo.

4.2.1. Planta turística

- **Alojamiento: Hostería Cuicocha UNORCAC**

En la laguna de Cuicocha, junto al muelle se ubica la Hostería Cuicocha UNORCAC a 3.064 m.s.n.m. Cuenta con 6 cabañas agradables, cómodas y decoradas con tejidos y artículos elaborados por el pueblo Cotacachi y que están en armonía con la naturaleza y la cultura. Tiene una capacidad máxima de 25 personas. Las habitaciones tienen vista a la laguna, baño privado, chimenea y agua caliente.



Figura 9. Hostería Cuicocha.

Ofertan dos paquetes de alojamiento, el primero tiene un costo de \$55 dólares por persona en habitaciones con vista al lago e incluye alojamiento, cena, desayuno y un tour en lancha por los islotes y el segundo en habitación sin vista al lago con las mismas características a un valor del \$45 por pax. En la cena los visitantes tienen para escoger, cuatro opciones de sopas y tres de platos fuertes. Los consumos adicionales son sumados a la factura.

En la hostería laboran personal perteneciente a la UNORCAC. En las gestiones figura un administrador, un contador, recepcionista, camarera y un guardia. En conjunto se encargan del normal funcionamiento del lugar.

- **Restaurante Hostería Cuicocha.**

La hostería pone a disposición del turista el servicio de restaurante. Entre la oferta gastronómica se destaca el Plato Intercultural que consta de: media trucha en salsa de choclos, media porción de camarones al milanesa, medio cuy, papas salteadas, ensalada fresca y una porción de arroz con un costo de 17 dólares. Los comensales pueden escoger platillos de una amplia gama descrita en la carta que consta de aperitivos, sopas y cremas, especialidad de la casa, platos principales, mariscos, desayunos, postres, porciones, bebidas, cafetería vino y licores con precios a convenir. Los platillos más destacados son las famosas Carnes Coloradas (\$ 8,50), Fritada (\$ 8,50), Lomo la plancha (\$ 8,45), Churrasco Andino (\$ 8,85), Gordon blue de res o de pollo (\$ 9,25), entre otros.



Figura 10. Restaurante

Para quienes gustan realizar sus eventos sociales en un lugar tranquilo alejado de los ruidos de la ciudad, la hostería Cuicocha es la mejor opción, pues oferta salones para todo tipo de eventos con capacidad para 150 personas. Además, una sala de seminarios para 25 personas.

Como anexo al restaurante está Muelle Bar Cuicocha. Personas pertenecientes a la UNORCAN prestan sus servicios los fines de semana. Tiene 7 mesas de madera con capacidad máxima de 30 pax. Se ofertan empanadas de queso (\$ 0,50), Salchipapas (\$ 1,00), mellocos, habas y queso (\$ 2,00), Choclo con queso (\$ 2,00), bebidas y refrescos.



Figura 11. Muelle Bar Cuicocha.

La administración de la hostería Cuicocha estaba a cargo de la Empresa Pública de Energía Renovable y Turismo Cotacachi. El municipio a través de una ordenanza cede este espacio, mismo que sería devuelto a la entidad en caso de no cumplir con los objetivos planteados. Sin tomar en cuenta este contexto la anterior administración municipal entrega este inmueble y las termas de Nangulví a la UNORCAC en comodato por 50 años. Según autoridades del GAD esta entrega no se hizo bajo los parámetros legales, por tanto, previa audiencia, se procede a la clausura de los dos establecimientos el 25 de julio del 2018.

Este caso afecta la actividad turística, porque mientras se resuelve la parte legal no se prestará atención al público. Es importante que los organismos públicos, privados y organizaciones sociales lleguen a un acuerdo que favorezca a todas las partes y permitan el flujo de visitantes.

- **Valoración Planta turística Hostería Cuicocha**

Una vez realizada la descripción de los servicios que se ofertan en la Hostería Cuicocha se procede a la valoración a través de la siguiente matriz considerando las variables de calificación: muy bueno, bueno, regular y malo. Para efecto se aclara que la valoración se realizó a través de la observación directa.

Tabla 8.

Valoración de la planta turística Hostería Cuicocha

Hostería Cuicocha	Calidad	Precio	Innovación	Cobertura	Permanencia	Empoderamiento	Originalidad	Compromiso colectivo
Alojamiento	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Buena	Regular	Buena	Regular
Restaurante	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Buena	Bueno	Regular	Regular
Muelle bar	Regular	Bueno	Regular	Regular	Malo	Regular	Malo	Malo

Elaboración propia.

De forma general se puede afirmar que los servicios que se ofertan en la hostería son buenos y los precios moderados, pero no se observa innovación en la infraestructura. La cobertura es regular debido a su escasa oferta de habitaciones. El empoderamiento y compromiso colectivo es regular por los desacuerdos políticos internos y la deficiente gestión interna. La permanencia del mueble bar es mala, pues atiende en eventos programados esporádicamente. La originalidad hay que trabajarla porque no muestra signos de autenticidad que motive más visitas de turistas y en estas fechas (julio-2019), por desacuerdos existentes se limita su funcionamiento.

4.2.2. Facilidades turísticas

- **Centro de Interpretación Ambiental Cuicocha**

El Parque Nacional Cotacachi Cayapas, en la zona Alta Cuicocha, se sitúa el Centro de Interpretación Ambiental cuyo objetivo es el aprendizaje creativo de los visitantes respecto a la riqueza ambiental y cultural del área protegida. En mayo del 2019 se inauguró el nuevo centro, con infraestructura renovada. “Cuenta con paneles, maquetas, pantallas digitales, efectos de luces, señalización, entre otros, lo que da al lugar un ambiente lúdico, interactivo e inclusivo” (MAE, 2019). La información que brinda se relaciona con la trascendencia de lugar y su aporte a la conservación de los ecosistemas. El proyecto tuvo un costo de 69.893,72 dólares financiados por el gobierno alemán.

Ingresando al sitio se puede observar en la pared, la ficha técnica del área protegida y un mapa del Ecuador situando el parque. También se observan en imágenes la flora y fauna representativa tanto de la zona alta como baja del área, así como las actividades permitidas. Avanzando en el recorrido un mapamundi y la proyección de un video con información histórica del volcán Cotacachi y surgimiento de la laguna sorprenden al turista.

En la siguiente sala de forma didáctica, en una especie de libretos de madera, se presentan las principales especies de flora y fauna con una descripción bilingüe (castellano e inglés) En una lámina de gran tamaño se representa el bosque nublado enfocándose en las plantas epifitas, especies polinizadoras y dispersoras de semillas. Las características del bosque tropical de zona baja son representadas a través de una maqueta, donde se observa la frondosidad de los bosques con especies de fauna, ríos con aguas quietas, cultivos, vivienda, entre otros rasgos. Posteriormente el visitante se adentra en las réplicas de viviendas típicas del pueblo Kichwa Cotacachi y afro esmeraldeños. En la simulación se muestra cuadros con paisajes, artículos de uso cotidiano, estatuas con rasgos y vestimenta nativa.



Figura 12. Réplica de indígenas Kichwas Cotacachi.

Adicionalmente una maqueta minuciosamente elaborada se identifica las características físicas de la geografía accidentada presente en el Parque Cotacachi Cayapas. Finalmente, en la parte posterior y con vista a la laguna se ha ubicado una estatua con una osa de anteojos adulta con su oseño, ideal para tomarse la fotografía del recuerdo. Cabe mencionar que el ingreso es gratuito en horario de 08H00 a 17H00.

- **Senderos interpretativos y miradores turísticos.**

En Parque Nacional Cotacachi Cayapas, zona alta se han implementado cinco senderos interpretativos que en conjunto rodean el cráter de la laguna de Cuicocha con un recorrido aproximado de 4 a 6 horas y 12,50 km de distancia. La temperatura promedio en todo el año es de 9° a 22° C. Por la geografía accidentada el clima puede variar drásticamente de un día soleado a torrenciales lluvias acompañadas de neblina, vientos y lluvias. Por ello es recomendable que los turistas hagan recorridos con un guía nativo y lleven equipo de media montaña. En el siguiente apartado una breve descripción de cada uno de ellos.

- **Sendero Ruta Sangrada**

El sendero Ruta Sagrada se ubica junto al Centro de Interpretación Ambiental Cuicocha. Es un trayecto de 350 metros (0,2 millas) con un ancho de 1,5 metros aproximadamente. En el recorrido se encuentran cuatro elementos “El Calendario

Solar, Calendario Lunar, Sitio de Ofrendas y Baño Ritual; en cada construcción está plasmada la Cruz Andina (Chacana), cuatro espacios sagrados que contemplan los espíritus de energía donde la cultura indígena tiene respeto y adoración” (Runatupari, 2014). En estos espacios se representa la cosmovisión del pueblo milenario Kichwa Cotacachi que se asienta en las faldas del imponente volcán Cotacachi.



Figura 13. Sendero Ruta Sagrada.

La construcción del sendero tuvo un monto de 75 mil dólares y fue realizado con el financiamiento de la Corporación Alemana (KFW) en coordinación con el Ministerio del Ambiente y representantes del comité Kuichik Kucha de la UNORCAC. Es necesario hacer conciencia del uso responsable de este espacio para que permanezca en el tiempo y más turistas puedan disfrutar de la conexión con la naturaleza y cultura del pueblo Cotacachi.

- **Gorky Campuzano/ vuelta a Cuicocha.**

Para los amantes de las caminatas, en Cuicocha se construyó el sendero Gorky Campuzano que tiene 12,50 Kilómetros (7,7 millas) de recorrido e incluye altitudes que van desde los 3100 msnm hasta los 3500 msnm en el punto más alto, con una duración de 5 a 6 horas. Expertos han catalogado al sendero como nivel medio-alto porque en algunos tramos existen rocas, suelo arenoso y pendientes.

Es recomendable realizar el recorrido con un guía nativo quien acompañará todo el recorrido, interpretará el paisaje y contará historias antiguas que caracterizan esta zona.

Como en toda caminata larga importante lleva una cámara fotográfica para aprovechar la oportunidad de captar imágenes únicas, calzado de montaña cómodo, agua suficiente, protector solar, gafas de sol, poncho de aguas por la fácil variación del clima.

La senda acoge cinco senderos de menor dimensión incluyendo la Ruta Sangrada. Los visitantes hacen el recorrido de acuerdo a la dificultad y tiempo de estadía. Estos son: Sendero Las Orquídeas, Sendero los Arrayanes y sendero Galo Rosales.

El sendero Las Orquídeas tiene una longitud de 14 kilómetros. Su recorrido dura alrededor de 3 horas. En el inicio del recorrido se ha acondicionado un puente peatonal en una grieta. En el trayecto en algunos tramos se puede encontrar gradas y barandas dependiendo el nivel de dificultad. En las orillas del sendero es común observar flora típica del páramo andino como bromelias, cerote, orquídeas, Pumamaqui entre otros.



Figura 14. Sendero Las Orquídeas.

Todo el trayecto tiene visibilidad de la laguna. En este tramo se puede encontrar dos miradores: Las Orquídeas ubicado a 3.233 msnm y el mirador Pumamaqui a 3.346 msnm. Estos sitios son excelentes para realizar fotografía paisajística. Este sendero es ideal para quienes les gusta compartir con la naturaleza.

Sendero El Arrayán con 2,06 kilómetros (1,6 millas), en el recorrido se ubica el Mirador El Arrayán 3.430 msnm que es usado como sitio de descanso para recobrar energías. Avanzando se encuentre el Sendero Galo Rosales que tiene una dimensión de 8 kilómetros (5 millas) y aquí resaltan dos miradores, el Mirador Glorieta 1 (3.480

msnm) y el Mirador Glorieta 2 (3.4.45 msnm). De igual forma que en los recorridos anteriores se puede observar flora y fauna típica de páramos andinos.

Es lugar también es apto para eventos deportivos. En junio del 2019 se realizó la segunda edición de Sumak Trail Run liderado por el equipo de #OtavaloTrail, grupo que desde hace varios años organiza competencia que se desarrollan en ambientes naturales, retando a los participantes a escalar terrenos dificultosos, rodear lagunas, atravesar montañas, en fin, conectarse con el mundo natural. En esta competencia los participantes hicieron el recorrido completo del sendero Gorky Campuzano. Las distancias a competir fueron 2km, 12km y 22km, modalidad individual y en parejas. Los participantes son de diferentes provincias del país y también del sur de Colombia. Al finalizar la competencia realizan la presentación de danza, música y premiación.

- **Valoración facilidades turísticas**

Las facilidades turísticas identificadas en Cuicocha como ya se mencionó son el Centro de Interpretación Ambiental y los distintos senderos interpretativos en conjunto rodean la laguna. En la siguiente tabla se presenta los resultados obtenidos recalando que la ponderación se realizó con base en la observación directa.

Tabla 9.

Valoración facilidades turísticas

Facilidades turísticas	Calidad	Innovación	Cobertura	Permanencia	Empoderamiento	Originalidad	Compromiso colectivo
CIA Cuicocha	Muy bueno	Muy buena	Buena	Muy buena	Bueno	Muy bueno	Bueno
Senderos interpretativos	Buena	Buena	Muy buena	Muy buena	Muy bueno	Bueno	Muy bueno

Elaboración propia

La calidad e innovación en el centro son muy buenas, esto debido a que en meses anteriores se realizaron adecuaciones usando tecnología moderna que permite tener acceso inclusivo a la información. La cobertura es buena, pues por cuestión de espacio y estética se expone la información más destaca del Parque Nacional. Los turistas

tienen acceso gratuito todos los días en horario de 08H:00 a 17H:00. El empoderamiento es bueno, pero hace falta controlar más uso de las instalaciones porque algunas, pese al escaso uso ya presentan averías. El sitio es muy original y muestra compromiso colectivo incluyendo figuras de cera de personas que habitan dentro del área protegida en la zona alta y baja. De forma general el sitio presenta buenas características.

Los senderos interpretativos están en buenas condiciones. El más visitado es el sendero Ruta Sagrada que expone elementos de gran valor para los pueblos indígenas de Cotacachi. La calidad e innovación son buenas. La cobertura y permanencia se catalogan como muy buenas pues es de fácil acceso y está a disposición de los turistas todos los días del año en horario de 08H:00 a 17H:00. Las comunidades se han empoderado del lugar, aquí realizan rituales ancestrales y fiestas tradicionales fomentando el compromiso colectivo de mantener el lugar para las futuras generaciones. El diseño del sendero es bueno y se asemeja a los caminos que recorrían los ancestros en estos lugares.

Respecto a los demás senderos se puede mencionar que se encuentran en buenas condiciones y cada cierto tiempo se reúne la comunidad y guarda parques, para hacer la limpieza y permanezcan habilitados todos los días de año. De igual forma los miradores, que ha sido ubicado en lugares estratégicos para observar la laguna y tomar un descanso, actualmente están en buen estado.

4.2.3. Recreación.

- **Paseo en Lancha.**

La hostería Cuicocha UNORCAC oferta servicio de alquiler de lanchas turísticas. Se realiza un tour por los islotes para observar las fumarolas presentes junto al Islote Yerovi. Hay dos tipos de tour por el lago, uno dura alrededor de 35 minutos y pasa por el Canal del Ensueño y otro que rodea los dos islotes y dura más de una hora. El recorrido es guiado por nativos del pueblo Cotacachi.



Figura 15. Alquiler de botes.

Actualmente operan dos botes, que son de color blanco con cubierta y capacidad para 24 pasajeros. Dos botes extras están inhabilitados por averías técnicas. El costo para adultos es de \$ 3,5, los niños cancelan 2,50 al igual que los estudiantes y tercera edad. Al finalizar el recorrido se brinda un canelazo para incrementar la temperatura corporal por el intenso frío que se experimenta en el recorrido.

- **Valoración servicios de recreación**

Tabla 10.

Valoración facilidades turísticas

Recreación	Calidad	Innovación	Cobertura	Permanencia	Empoderamiento	Originalidad	Compromiso colectivo
Paseo en lancha	regular	regular	regular	regular	regular	regular	regular

Elaboración propia.

Como se mencionó en el apartado anterior actualmente operan solo dos botes con capacidad para 24 personas cada uno. La calidad del servicio es regular, los guías son nativos y no hablan inglés y hacen una explicación muy corta y no interpretativa del lugar que no sobrepasa los 5 min. No hay innovación, la cobertura es regular y la permanencia esporádica, algunos visitantes no pueden hacer el recorrido. Debido a los problemas internos no se evidencia empoderamiento y compromiso colectivo. Es necesario trabajar la originalidad del servicio para incrementar la rentabilidad.

4.3. Infraestructura turística.

4.3.1. Transporte y carretera

Los medios de transporte son vitales para el turismo, a través de ellos los turistas se desplazan hacia los destinos turísticos. Estos pueden ser aéreos, terrestres, marítimos y fluviales. En el caso de Cuicocha el único acceso es por vía terrestre. El atractivo se ubica a 120 km al norte de Quito y a 37km al suroeste de ciudad de Ibarra. La vía carrozable en su totalidad es de primer orden (asfalto) facilitando al viajero moverse con más rapidez y seguridad. En la parroquia de Quiroga opera una compañía de camionetas ubicada en el parque central, el costo de la carrera para transportar a los turistas al lago es de 5\$. Otra opción son los buses de la cooperativa Valle de Íntag que salen de Quiroga cada hora hacia el valle de Íntag. Los turistas deben bajarse en la en el sector la "Y" y caminar alrededor de dos kilómetros. El costo del 1 dólar.

4.3.2. Servicios básicos: agua, energía, manejo de desechos.

La hostería Cuicocha y las instalaciones del Centro de Interpretación ambiental cuentan con el servicio de agua potable y energía fluida todos los días del año. Respecto al manejo de desecho en el lugar se pudo evidenciar que existen basureros que permiten clasificar la basura. Los desechos son llevados al relleno sanitario por los respectivos recolectores.

4.3.3. Comunicaciones: internet, telefonía fija, telefonía móvil.

Tanto la hostería como el Centro de Interpretación cuentan con internet y wifi. Este servicio en la actualidad es fundamental para la comunicación interna y externa de los visitantes. Las redes sociales forman parte de la vida cotidiana. La red de teléfono fijo no llega al sector, por lo que los administradores de estos espacios han optado por adquirir y activar teléfonos satelitales. Respecto a la telefonía móvil se puede acotar que recepta señal de operadoras como Claro, CNT y Movistar. La señal de Tuenti es baja. En este contexto, se puede decir que las comunicaciones en el atractivo están cubiertas.

4.3.4. Valoración Infraestructura turística

Tabla 11.

Valoración infraestructura turística

Infraestructura	Calidad	Innovación	Cobertura	Permanencia	Empoderamiento	Originalidad	Compromiso colectivo
Trasportes	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno
Carreteras	Regular	Regular	Bueno	-	Regular	-	Regular
Servicios básicos	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular
Comunicaciones	Buena	Buena	Buena	Buena	Buena	Regular	Bueno

Elaboración propia.

Actualmente la vía se encuentra deteriorada, se puede apreciar baches, desniveles y cráteres; aun así, es transitable. El servicio de taxis y camionetas es constante pero el costo es elevado. El transporte Valle de Intag sería una opción con menor costo para quienes gusten caminar hasta el sector debido a que el transporte se desvía a unos 2 Km antes de la laguna. No existen transportes alternativos con diseños originales como por ejemplo mototaxis.

Respecto a los servicios básicos son regulares, se necesita mejorar y ampliar las baterías sanitarias e incrementar dispensadores de agua potable. Adecuar los recolectores de basura para motivar a la clasificación de los desechos generados en la visita. Finalmente, las comunicaciones de telefonía móvil tienen cobertura moderada lo que garantiza que los turistas se mantengan comunicados.

4.4. Servicios de apoyo

4.4.1. Agencias de viaje

Varias agencias de viajes ofertan a Cuicocha como parte de sus recorridos en la sierra norte, tomando como punto de partida la Ciudad de Quito u Otavalo. Los costos no varían si los visitantes son extranjeros. En este contexto es común encontrar turistas nacionales y extranjeros todos los días del año, pero especialmente en festividades ancestrales como el Inti Raymi. En la siguiente tabla se indica algunas de ellas.

Tabla 12.*Agencias de viajes que ofertan Cuicocha*

Agencia de viaje	Recorrido	Costo por persona
EcomostesTour	Otavaló, Cotacachi y Cuicocha	\$50 por pax
Pike Travel	Quito-San Pablo-Otavaló-Peguche-Cotacachi-Cuicocha	Grupos de 35 personas a \$36 por pax. Grupos de 25 personas a \$38 por pax.
Runatupari Native Travel	Caminata Sendero Campuzano	1 pax \$85; 2 pax \$50; 3 pax \$45; 5 a 10 pax \$40; Más 10 pax \$ 35
Viajandox	Otavaló-Plaza de Ponchos-Laguna Cuicocha	\$49 por pax
Quichua Native Travel	Caminata Sendero Campuzano	\$ 40 por pax

Elaboración propia.

4.4.2. Agencia bancaria y/o cajero automático

En el sector no existen cajeros automáticos. Para hacer transacciones bancarias físicas los turistas deben acercarse a las agencias en las ciudades más cercanas como son Cotacachi, Ibarra y Otavaló o su vez usar la banca electrónica.

4.4.3. Servicio de salud

En Cuicocha no existe un centro médico para atender emergencia. Cabe citar que los establecimientos ahí presentes solos cuentan con un botiquín de primeros auxilios. En caso de existir un accidente se debe acudir a las ciudades más cercanas como Cotacachi, Otavaló o Ibarra.

4.4.4. Guianza

La UNORCAC dispone de guías nativos que ofertan su servicio los 365 días del año. En costo es de \$30 dólares en grupos pequeños de hasta 10 turistas. Si el grupo es más grande necesariamente se contrata o guía. En el recorrido los guías hacen

interpretación ambiental y cuentan antiguas leyendas de la mama Cotachachi y el lago de los Dioses.

4.5. Valoración servicios de apoyo

Tabla 13.

Valoración de servicios de apoyo

Infraestructura	Calidad	Innovación	Cobertura	Permanencia	Empoderamiento	Originalidad	Compromiso colectivo
Agencias de viajes	Buena	Buena	Buena	Buena	Bueno	Bueno	Bueno
Agencias bancarias	-	-	-	-	-	-	-
Servicios de salud
Guianza	Bueno	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular

Elaboración propia

Los servicios de apoyo de los destinos turísticos son importantes porque contribuyen mejorar la experiencia turística. Varias agencias de viajes ofertan dentro de sus paquetes la laguna, pero no se detecta innovación, quizá por la escasa oferta de productos turísticos in situ. Cabe citar que no hay agencias bancarias en el territorio, el lugar más cercano es Quiroga o su vez Cotacachi. De igual forma para servicios de salud los turistas deben trasladarse a estos poblados porque en el lugar no existe centro de atención médica.

Las agencias de viajes contratan a sus propios guías, en caso de elegir guías locales, se debe hacer reservación. Los turistas que viajan por su cuenta prácticamente deben hacer el recorrido solos porque no hay guías permanentes ya sea del MAE o de la UNORCAC que presten sus servicios todos los días del año.

CAPÍTULO V

5. Propuesta

Proponer estrategias de marketing mix para el posicionamiento de la oferta turística de la laguna de Cuicocha.

5.1. Introducción

Las estrategias de marketing mix tienen como objetivo posicionar la oferta turística del Parque Nacional Cotacachi Cayapas Zona Alta: Cuicocha, Lago de los Dioses en el mercado Nacional, incrementando el número de visitantes y por ende los ingresos económicos de Hostería Cuicocha y las Comunidades de la UNORCAC involucradas. Realizado el estudio y la observación meticulosa del primer y segundo objetivos se ve la necesidad de realizar un análisis FODA Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del lago de los dioses, para realizar el cruce de variables y seguidamente establecer las estrategias de marketing que se desglosan en el documento a través del producto, precio, plaza, promoción, publicidad y personas.

5.1.1. Análisis FODA

Una vez analizadas las condiciones de los atractivos turísticos naturales y culturales presentes en lago de Cuicocha y otorgado una valoración a los servicios turísticos concentrados en la infraestructura turística se procede a elaborar un análisis FODA, Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas para posteriormente hacer un cruce de variables que permita diseñar estrategias para el posicionamiento de la oferta en el mercado turístico.

Tabla 14.*FODA Cuicocha*

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • La Laguna se encuentra dentro del área protegida Parque Nacional Cotacachi Cayapas, en la zona Alta • Diversidad de flora y fauna • Islotes de origen cratérico con especies endémicas • Espacios idóneos para ecoturismo, turismo de aventura y turismo cultural • Actividades recreacionales como senderismo y paseo en lancha • Condiciones climáticas similares todo el año • Entorno paisajístico conservado • Alto valor cultural por parte de pueblo Kichwa Cotacachi. • Presencia de un centro de interpretación ambiental • Ingreso gratuito • Oferta de hospedaje y alimentación en la hostería Cuicocha • Feria artesanal a orilla del lago • Presencia constante de turistas nacionales y extranjeros 	<ul style="list-style-type: none"> • Escasos recursos económicos para mejoras • Escaso tiempo de permanencia del turista en el sitio • Desconocimiento el perfil real del turista que visita el lugar • Escasa diversificación de la oferta • Escaso aprovechamiento de la oferta vigente • Escasa capacitación turística al personal de la UNORCAC • Deficiente atención al turista • Marketing digital deficiente • Ausencia de agencias bancarias y servicios de primeros auxilios • Vía de acceso en mal estado
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Alianzas estratégicas con empresas públicas y privadas para fomentar el turismo • Alianzas con agencias de viajes nacionales e internacionales • Desarrollo de investigaciones científicas con publicaciones en revistas indexadas • Creciente impulso para el desarrollo de turismo sostenible • Imbabura Geoparque • Cotacachi Cantón Ecológico 	<ul style="list-style-type: none"> • Escasa voluntad política para el desarrollo de actividades turísticas • Desacuerdos entre UNORCAC y Ministerio del Ambiente y GAD Cotacachi. • Sobrecarga turística • Presencia del Volcán activo Cotacachi • Laguna de origen cratérico

Elaboración propia

5.1.2. Cruce de variables

Tabla 15.

Cruce de variables

		Oportunidades	Amenazas
Fortalezas	1. La Laguna se encuentra dentro del área protegida Parque Nacional Cotacachi Cayapas, en la zona Alta	1. Alianzas estratégicas con empresas públicas y privadas para fomentar el turismo	1. Escasa voluntad política para el desarrollo de actividades turísticas
	2. Diversidad de flora y fauna	2. Alianzas con agencias de viajes nacionales e internacionales	2. Desacuerdos entre UNORCAC y Ministerio del Ambiente y GAD Cotacachi.
	3. Islotes de origen cratérico con especies endémicas	3. Desarrollo de investigaciones científicas con publicaciones en revistas indexadas	3. Sobrecarga turística
	4. Espacios idóneos para ecoturismo, turismo de aventura y turismo cultural	4. Creciente impulso para el desarrollo de turismo sostenible	4. Presencia del Volcán activo Cotacachi
	5. Actividades recreacionales como senderismo y paseo en lancha	5. Imbabura Geoparque	5. Laguna de origen cratérico
	6. Condiciones climáticas similares todo el año	6. Cotacachi Cantón Ecológico	
	7. Entorno paisajístico conservado		
	8. Alto valor cultural por parte de pueblo Kichwa Cotacachi.		
	9. Presencia de un centro de interpretación ambiental		
	10. Ingreso gratuito		

	<p>11. Oferta de hospedaje y alimentación en la hostería Cuicocha</p> <p>12. Feria artesanal a orilla del lago</p> <p>13. Presencia constante de turistas nacionales y extranjeros</p>		
Debilidades	<p>1. Escasos recursos económicos para mejoras</p> <p>2. Escaso tiempo de permanencia del turista en el sitio</p> <p>3. Desconocimiento el perfil real del turista que visita el lugar</p> <p>4. Escasa diversificación de la oferta</p> <p>5. Escaso aprovechamiento de la oferta vigente</p> <p>6. Escasa capacitación turística al personal de la UNORCAC</p> <p>7. Deficiente atención al turista</p> <p>8. Marketing digital deficiente</p> <p>9. Ausencia de agencias bancarias y servicios de primeros auxilios</p> <p>10. Vía de acceso en mal estado</p>	<p>Potenciar las fortalezas</p> <hr/> <p>1. Diseñar nuevos productos turísticos con base a los atractivos y la oferta existente.</p> <p>2. Gamificar el centro de interpretación ambiental</p> <p>3. Innovar la imagen turística de la laguna</p>	<p>Neutralizar las amenazas</p> <hr/> <p>1. Manejo de conflictos interinstitucionales</p> <p>2. Respetar las políticas de uso de espacios públicos de la laguna para evita la sobrecarga turística.</p> <p>3. Simulacros anti sísmicos y de erupciones volcánicas</p>
		<p>Aprovechar las oportunidades</p> <hr/> <p>1. Promover el desarrollo de investigaciones científicas a través de convenios con universidades</p>	<p>Disminuir las debilidades</p> <hr/> <p>1. Diversificar la oferta turística</p> <p>2. Desarrollar un sistema de registro rápido de visitantes.</p>

		<p>nacionales e internacionales</p> <p>2. Generar alianzas estratégicas con operadoras de turismo y agencias de viajes nacionales e internacionales que permitan posesionar a la laguna en el mercado turístico.</p> <p>3. Vincular la oferta turística al Geoparque</p>	<p>3. Capacitación continua para mejorar el servicio en la Hostería Cuicocha y el mercado artesanal</p> <p>4. Marketing digital de la oferta del lago</p> <p>5. Gestionar un área para primeros auxilios</p>
--	--	--	--

Elaboración propia

5.2. Estrategias de marketing mix

Una vez realizado el cruce de variable y tomando en cuenta las necesidades más urgentes para el desarrollo del turismo en el lago se priorizó las siguientes estrategias:

- Diversificar la oferta turística
- Innovar la imagen turística del lago
- Marketing digital de la oferta del lago
- Generar alianzas estratégicas con operadoras de turismo y agencias de viajes nacionales que permitan posesionar al lago en el mercado turístico.
- Realizar convenios con universidades para promover el desarrollo de investigaciones científicas en la laguna.

- Capacitación continua del talento humano para mejorar el servicio en la Hostería Cuicocha, el mercado artesanal y el centro de interpretación ambiental.

Las estrategias se detallan en el marketing mix considerando producto, precio, plaza-distribución, promoción-publicidad y recursos humanos. Para ello se empieza con la identificación de segmento de mercado y el mercado meta.

5.2.1. Segmentos de mercado

Las tendencias de turismo más demandas según el documento Informe de Tendencia Globales en Consumo, Tecnología y Turismo 2019 publicado por el Ministerio de Turismo se relaciona con experiencias únicas, tours ecológicos, experiencias locales, aventuras, tour con actividades por varios días y destinos con herencia cultural fuerte. Es así que el lago Cuicocha encaja en estas tendencias al ser un sitio natural protegido con alto valor cultural para los pueblos indígenas.

Así también afirma que se establecen cuatro segmentos de mercado. Familias modernas donde padres viajan con sus hijos; viajeros de negocios que como parte de su itinerario realizan actividades turísticas. Viajeros solitarios y un segmento nuevo de recién casados que buscan sitios exóticos para celebrar su boda. La oferta turística debe dar respuesta a estos grupos para garantizar la afluencia de visitantes.

Según cifras del Ministerio de Turismo, en el 2018 el turismo en el Ecuador se incrementó en el 11% respecto al 2017. Los turistas extranjeros son el 58 % hombres y el restante mujeres con un promedio de edad de 36 años, mayoritariamente solteros, con instrucción superior y de profesión técnicos. Los meses preferidos de visitas son enero, julio y diciembre y su mayor interés es la cultura. Cabe cita que al menos el 50,2% adquieren paquetes turísticos.

Los viajes el 56,9% se hacen por vacaciones, seguido de visitas familiares 18% y negocios el 17,1%. Se quedan al menos 8 noches. El principal mercado emisor es

América del Sur con el 54,9%, seguido de América del Norte con 18,7%, Europa Occidental con 6 %. Los colombianos son el país que más ingresos reporta, seguido de Venezuela, EEUU, Perú, España, Argentina, Chile, entre otros.

En el Ecuador según los resultados del Geo portal de Visitas internas Turísticas (GEOVIT) del Mintur en 2018 el principal mercado emisor del turismo nacional es Quito, seguido de Guayaquil y Cuenca. Solo el 25% contrata agencias de viajes, pues la mayoría los organiza por cuenta propia. El promedio de visitas es de dos noches. Los meses preferidos son febrero, agosto y diciembre.

Según los datos publicados por en Mintur en el documento Boletín de Estadísticas Turísticas 2016 al Parque Nacional Cotacachi Cayapas ingresaron 200.595 turistas de los cuales el 79,3 % (159.051) son nacionales y 20,7% (41.544) extranjeros. Se toma en cuenta un crecimiento turístico del 11% por tanto en el 2018 las cifras son las siguientes: 176.547 turistas nacionales y 46.114 extranjeros.

5.2.2. Mercado meta

Una vez analizado el segmento de mercado se escogió el mercado meta al cual debe enfocarse las estrategias de marketing. En la siguiente tabla se detalla las variables y características:

Tabla 16.

Mercado meta

Variables	Características
Demográfica	Turistas de género femenino y masculino entre los 16 años hasta los 50 años con un promedio de edad de 36 años.
Geográfica	Turistas extranjeros de países latinoamericanos, europeos y asiáticos. Ecuatorianos que residan en las provincias de Pichincha, Guayas, Azuay, Imbabura, Carchi entre otras.
Piscográfica	Personas que les guste estar en contacto con la naturaleza y apoyen la conservación. Turistas que se sientan atraídos por la cultura, costumbres y tradiciones locales que compartan sus viajes en familia.

Elaboración propia

5.3. Estrategia de producto

5.3.1. Imagen de marca del lago.



Figura 16. Imagen de marca.

Isologo: se eligió la creación de un isologo que es la unión de la imagen y la tipografía para generar un identificativo de marca.

Tipografía: Gotham ExtraLight – La tipografía utilizada es de tipo san serif, bajo un estilo moderno y sutil para la representación de líneas del puerto y la estructura de los pequeños stands de comerciantes.

Color: Tonalidades en verde, representación directa a los islotes y plantas encontradas en la zona, tono azul claro para el agua de la laguna.

En el centro de la palabra Cuicocha se colocó la letra O en mayúscula para resaltar dentro de la misma la laguna con sus islotes que son los elementos más representativos de la zona.

Para el slogan se decidió colocar el nombre como también es conocida esta laguna “Lago de los dioses” a su vez el uso del color de la laguna para esta tipografía.

5.3.2. Diversificación de la oferta turística

Como alternativas para la diversificación de la oferta turística se pretende implementar varias turísticas que operarán en diferentes fechas del año. Con esto se prevé motivar

la visita de turistas nacionales y extranjeros, así como incentivar a los lugareños a dar a conocer la oferta turística del Lago de los Dioses.

- **Presentaciones de música y danza**

Las presentaciones de música y danza muestran la identidad y cultura de los pueblos, en este caso de pueblo Cotacachi. En las distintas comunidades con el pasar de los años se han conformado grupos artísticos que representan a sus coterráneos en festividades. Cabe mencionar que siete comunidades Indígenas de la UNORCAC se vinculan directamente con la Laguna de Cuicocha, con quienes se pretende trabajar. Se realizará la gestión para que cada uno de estos grupos haga su presentación en un espacio cultural que se adecuará junto a la feria artesanal. Los eventos se realizarán todos los sábados en horarios de 12H: 00 hasta las 16H: 00. La hostería Cuicocha se encargará de la alimentación de los artistas invitados.



Figura 17. Danza el Cuicocha

De igual forma se realizarán invitaciones a grupos de instituciones educativas de la provincia, con las cuales se establecerá convenios de cooperación interinstitucional. Los artistas durante su show podrán hacer usos de cajas de colaboración para que los turistas puedan hacer sus contribuciones voluntarias.

- **Juegos tradicionales**

Los seres humanos independientemente de la edad, tienen cierto interés por las actividades lúdicas. Hace varios años, antes del surgimiento de tecnología, los niños y jóvenes practicaban juegos tradicionales heredados de generación en generación. En las tardes se reunían grupos en las aceras, esquinas y patios de casas para estas prácticas. En la actualidad con el uso del celular y la computadora han sido reemplazados paulatinamente por los juegos virtuales.

Con el fin de rescatar estas prácticas ancestrales y como alternativa de entretenimiento de los visitantes se propone implementar un área apropiada para que los turistas puedan practicar juegos y divertirse sin uso de tecnología. Para ello se invitará a niños y jóvenes de las comunidades para que demuestren sus habilidades y destrezas en juegos ancestrales como en el trompo, halada de cuerda, rayuela, tortas, canicas, ensacados, rueda y el palo encebado. El evento se desarrollará todos los sábados y domingos a partir de las 11H: 00. Se realizarán pequeños concursos con una inscripción de 0,50 centavos y premios simbólicos.

- **Concurso de fotografía paisajística**

Las fotografías son capaces de inmortalizar momentos, es por ello que se propone realizar un concurso de fotografía con el tema: Biodiversidad del Lago de los Dioses, entendiéndose a este concepto como la diversidad de vida faunística y florística existente en el lugar, así como los ecosistemas y paisajes que conforman el ambiente lacustre.

Los participantes solo podrán inscribir una fotografía relacionada con el tema, misma que será enviada a un website pre-establecida. Se aplicará dos modalidades: Novatos y profesionales, pudiendo participar personas desde los 12 años en adelante de cualquier parte del Ecuador y extranjeros interesados. Los menores de edad deben contar con el consentimiento de sus padres para, en caso de ganar el concurso poder recibir los premios.

Para verificar la originalidad de la fotografía se utilizará programas avanzados de rastreo electrónico verificando la autenticidad del participante. Deberán enviarse en formato JPG con un peso máximo de 5 MB con un texto corto que explique el significado de la fotografía. La fotografía no deberá presentar modificaciones realizados con programas de edición.

Para el concurso se buscará profesionales con amplia experiencia en fotografía que a través de indicadores de calificación escogerán el ganador. El 30% de la sumatoria de los resultados finales será de la votación realizada por espectadores del concurso a través de redes sociales.

Los premios serán entregados a los tres primeros lugares que obtuvieron mayor puntaje de las dos categorías de la siguiente manera:

Tabla 17.

Concurso de fotografía

	Categoría Novato	Categoría Profesionales
Primer lugar	300	500
Segundo lugar	200	300
Tercer lugar	100	200

Elaboración propia

Los recursos económicos para la premiación se gestionarán en instituciones públicas y privadas que auspicien la iniciativa y que están estrechamente vinculadas con el desarrollo turístico de la laguna Cuicocha.

- **Dramatización de la Leyenda El Gigante y la Laguna**

Como parte de la cultura de los pueblos ancestrales, se ha conservado los mitos y leyendas transmitidos de forma oral por generaciones. Una de las leyendas más populares del cantón Cotacachi es “El gigante y la Laguna”. En resumen, la leyenda trata de un gigante que se sentía decepcionado a no encontrar un lugar donde bañarse

por su exagerado tamaño. Una opción fue visitar las playas, pero como vivía en los Andes le quedaba muy lejos. Por ello empezó a buscar lagunas profundas para usarlas de bañeras. Primero visito el Lago San Pablo, al parecer profundo, pero al ingresar el agua solo cubrió hasta sus rodillas. Decepcionado se dirigió a Mojanda donde solo pudo lavarse los pies. Ni hablar de la laguna de Yahuarcocha, donde solo se lavaba las manos. Como última opción y ya desilusionado totalmente se dirigió hacia la laguna de Cuicocha; con miedo ingreso y empezó a sumergir, sus pies, rodillas, cintura, espalda, cubriendo totalmente su cuerpo, donde disfrutó del baño e incluso descansa su cabeza en los Islotes. Desde ese día no se supo nada del gigante, pero lugareños afirman que aún se puede escuchar sus risas de felicidad en las olas de la laguna.



Figura 18. Gigante de la laguna

Para dramatizar esta peculiar leyenda se seleccionará los datos más importantes que generen atención del público. Los actores serán personas de las comunidades de la UNORCAC, quienes conocen y dominan información de la Laguna al ser su sitio sagrado. Esto se desarrolla con el objetivo de revalorizar las leyendas locales. Se debe elaborar un guion literario que narre la leyenda de forma que genere interés en el turista. La obra será grabada en estudios de audio, profesionales y transmitida durante el recorrido en lancha que circunda los islotes. Para que la historia sea más llamativa visualmente se adecuará un bote. En la parte superior se adaptará un gigante hecho con material para elaborar maniqués, que tiene bajo peso.



Figura 19. Lancha Turística EL gigante de la laguna.

En el guión técnico se detallarpar la personificación del gigante y otros aspectos relevantes. Finalmente se elaborará el material publicitario de la obra para difundir junto con las otras alternativas de turismo. El costo del recorrido en esta embarcación que tiene capacidad para 20 personas será de \$ 4,00 adultos y \$3,00 los niños, adultos mayores y personas con capacidades diferentes.

5.3.3. Precio.

El turismo genera una cadena de valor, desde el momento que el turista sale de su residencia hasta que retorna a ella, incluyendo montos para transporte, hospedaje, alimentación, recreación, entre otros gastos. Cada destino turístico tiene variedad de oferta turística y el precio de los productos dependerá de cada empresa pública, privada o mixta de forma individual. En el caso de Cuicocha, quienes determinan el precio de los productos turísticos son los representantes de la UNORCAR que a través del comodato otorgado por el GAD de Cotacachi, pueden realizar actividades lucrativas dentro de un espacio del Parque Nacional Cotacachi Cayapas. Cabe citar que el ingreso a zonas de uso público del área protegida es gratuito y tiene no uso comercial.

Los precios de los productos deben estar acorde con la calidad de los servicios, tomando como referencia a la competencia para situarse un margen mínimo y un

máximo. Estos se deben evaluar a corto plazo para verificar si los resultados esperados son satisfactorios caso contrario modificar los precios.

5.4. Estrategia de Plaza – Distribución

5.4.1. Distribución directa

Con las tendencias digitales los turistas han evolucionado, ahora son más sabios, autosuficiente y demanda inmediatez en la información, compra y consumo de productos turísticos. Muestran dependencia digital por lo cual la oferta turística se debe realizar a través de canales electrónicos básicamente. En la distribución directa la oferta llega directamente al consumidor sin intermediarios como se muestra en la siguiente figura.



Figura 20. Distribución directa.

5.4.2. Distribución indirecta

Otra forma de distribuir los productos turísticos es indirectamente, es decir, a través de intermediarios. Estos incluyen la oferta turística de un lugar en sus paquetes turísticos que son ofertados a turistas nacionales y extranjeros promocionando de esta manera los servicios que ahí se ofrecen.



Figura 21. Distribución indirecta.

5.5. Estrategias publicitarias

5.5.1. Publicidad Online

- **Sitio web**

La oferta de los productos turísticos se dará conocer a través de un sitio web, el cual brinde un contenido actualizado, detallado y real para que el turista que quieran visitar este lugar lo pueda hacer informándose desde la comodidad de su casa y así conocer de su gastronomía, alojamiento, reservaciones y tener una idea previa de la belleza paisajística del sitio, posesionándola así dentro del sector turístico.

A través de esta plataforma se podrá visualizar todos los servicios y atracciones turísticas que se ofertan en la laguna Cuicocha de manera que con muestras gráficas se pueda satisfacer a las necesidades del turista local o extranjero. Sin embargo, el usuario que utilice esta plataforma tendrá la facilidad de navegar, ya que obtendrá una presentación dinámica y ágil que lo permitirá inclusive interactuar en tiempo real.

- **Perfil TripAdvisor**

Esta es una valiosa herramienta, que facilita conocer sobre las experiencias de los visitantes a este encantador sitio turístico por cuanto la opinión del visitante es muy valiosa ya que admite potenciar las áreas en las que se necesitan mayor atención, se conoce en forma directa su vivencia y este instrumento permite conocer la satisfacción del cliente.

Esta App es muy útil, para destinos eco turísticos, ya que permite al usuario descargar información subida a esta plataforma incluso en lugares donde no existe señal de internet o roaming de datos. Es especialmente recomendada en visita a regiones remotas y alejadas como montañas, lagos, entre otros sitios. Varios turistas que practican ecoturismo en áreas protegidas sin guía nacional o local hacen uso de esta herramienta para guiarse. Otras opciones que permite son hacer reservaciones para

transporte, hospedaje, alimentación, y para muchos más servicios el exigente vacacionista solicite.

- **Fan page en redes sociales: Facebook, Instagram y Twitter**

La innovación de la oferta ha cambiado totalmente en los últimos años, debido a los avances tecnológicos y comunicacionales. La demanda está totalmente digitalizada, es por ellos que para llegar a los turistas en estos tiempos es necesario aplicar estrategias de marketing turístico digital que permita difundir los destinos turísticos a los posibles clientes. Ahora se está utilizando, plataformas on line que juegan un papel importante para propagar un destino turístico concreto, con ayuda de las redes sociales como canal de promoción turística.



Figura 22. Fan Page Facebook

Existe un inmenso abanico de redes sociales y las principales, han revolucionado la forma de promocionar el marketing turístico convirtiéndose en una básica ayuda de las agencias de viajes, industria hotelera y alimenticia. para dar curso al uso de millones de usuarios en facebook, instagram, twitter entre otras, comunidades que comparten y comunican sus intereses logrando posicionar una marca, es así como Facebook inspira a los viajeros con anuncios y los seduce a viajar, Twitter proporciona contacto rápido y da conocer los sitios destacados y paradisiacos, Wayn conocemos nuevas personas

viajando al contacto con la naturaleza, Couchsurfing si quiere conocer de posadas y alojamiento, Pinterest, flict, Periscope, dailyMotion, todas estas páginas sociales que instan a sus seguidores a ser exploradores del planeta y se identifican en sus viajes de naturaleza.

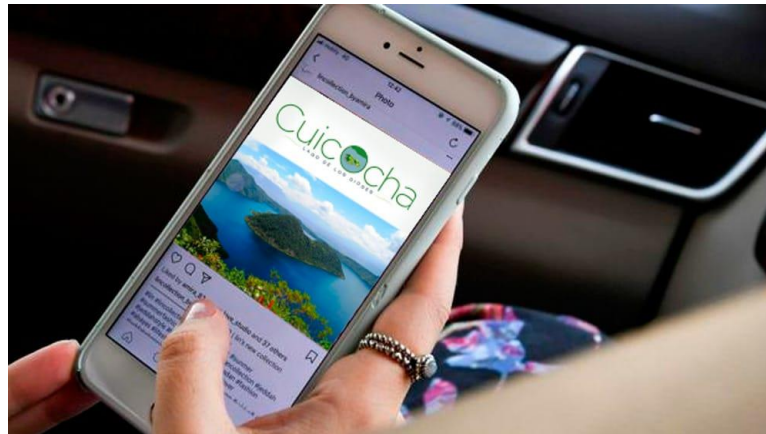


Figura 23. Publicidad en Instagram

- **Convenios con operadoras de turismo y agencias de viajes.**

Los mediadores forman parte importante a la hora de distribuir los productos turísticos pues las operadoras y las agencias de turismo ayudan a la comercialización, difusión y dispendio personalizado del producto, por cuanto están ubicadas en las ciudades colindantes al sector como en Otavalo, Ibarra y Quito como Rumatupari, Tuor Operadora, Trip Ecuador, Intipungo, Yurtours, Cia Transp, se puede apreciar que por lo menos el 75% de turistas extranjeros y el 25% de nacionales, viajan ocupando los servicios que las agencias de viaje nacionales e internacionales los proporcionan.

- **Realizar convenios con universidades para investigaciones**

Las áreas protegidas albergan ecosistemas con flora y fauna conservada, y con altas posibilidades de endemismo. En Cuicocha existe los islotes Teodoro Wolf y Yerovi con especies poco estudiadas, es por ello que se plantea motivar a estudiantes universitarios y científicos interesados, a desarrollar artículos científicos en esta área

del parque para posteriormente ser posteados en revistas locales y/o indexadas, redes sociales, y otras plataformas digitales, para que lleguen a más personas y conozcan la riqueza biológica acá albergada.

- **Tótems**

Para la promoción de los distintos productos turísticos ofertados se elaborará tótems que serán ubicados en sitios estratégicos como parte de la organización de los eventos. En este apartado se expone un ejemplo de los juegos tradicionales.



Figura 24. Tótems juegos tradicionales

Cuicocha
LAGO DE LOS DIOS

Cuicocha
LAGO DE LOS DIOS



ensacados

palo ensebado

Cuicocha
LAGO DE LOS DIOS



rayuela

Figura 25. Publicidad juegos tradiciones

Cuicocha Cuicocha
LAGO DE LOS DIOS LAGO DE LOS DIOS



trompo canicas

Figura 26. Tótems trompo y canicas

- **Exposición fotográfica al aire libre**

Otra forma de promocionar el lugar es realizar exposiciones al aire libre en el ingreso a la Hostería Cuicocha con las imágenes de los ganadores del concurso de fotografía. Estas también serán posteadas en redes sociales.



Figura 27. Exposición fotográfica al aire libre

- **Valla publicitaria**

Las vallas publicitarias con imágenes de gran tamaño impactan visualmente a los turistas y generan interés para visitar los atractivos, es por ellos que se diseñó una valla que será ubicada en el puente carrozable de ingreso a la ciudad de Cotacachi. Aquí se puede apreciar la laguna y los islotes.



Figura 28. Valla publicitaria

5.6. Estrategia de talento humano

5.6.1. Capacitación turística al personal de la Hostería Cuicocha y Mercado Artesanal

La actividad turística es un negocio de personas. Se venden experiencias turísticas y el servicio que se proporciona al visitante marca la diferencia, siempre en busca de la satisfacción plena del cliente. Los servidores turísticos son los encargados de proporcionar información clara, precisa y actualizada del servicio a ofertarse, es por ello que deben estar en constante capacitación e innovación.

El Ministerio de turismo oferta capacitación constante acorde a la realidad turística del país y las tendencias de mercado y medios de comunicación Online. Los cursos que oferta son: hospitalidad, seguridad alimentaria, gestión para innovación de paquetes

turísticos, cultura turística y manejo de redes sociales para establecimiento y destinos turísticos. La capacitación es gratuita.

De acuerdo al producto turístico que vendan, a saber, los registrados en la hostería Cuicocha o mercado artesanal, las personas que laboran este sector deberían capacitarse y acreditarse en competencias laborales para mejorar paulatinamente los servicios y por ende sus réditos económicos.

5.6.2. Capacitación primeros auxilios

Cuando se realiza ecoturismo en senderos, montañas, lagos, ríos y más lugares agrestes, es frecuente la presencia de accidentados que sufren contusiones, golpes o magulladuras y traumatologías en tobillos, fracturas, rotura de tendones y ligamentos, deficiencias cardíacas, inclusive ahogados por ello es muy valiosa la adecuación de un centro asistencial para primeros auxilios, la capacitación del personal del centro de interpretación, así como también la adecuación de un lugar estratégico para realizar simulacros de evacuación en caso de un sismo o una erupción volcánica, debido a que este es un mercado que se localiza sobre un volcán activo en la zona alta del PNCC.

El personal del centro de interpretación debe recibir capacitación sobre fracturas, lipotimia, coma, convulsiones, resucitación cardio pulmonar (RCP), obstrucción de la vía aérea por un cuerpo extraño, infarto agudo de miocardio, ictus, intoxicaciones y envenenamientos por: alcohol, drogas, fármacos, alimentos, inhalación de humo, picaduras y mordeduras, ahogamientos, hemorragias, quemaduras, calambres, insolación, para de esta manera brinde total seguridad el visitante

CAPÍTULO VI

6. Conclusiones y recomendaciones

6.1. Conclusiones

- Se analizaron los recursos turísticos naturales y culturales presentes en el lago Cuicocha, más conocida como el “lago de los dioses” tiene recursos turísticos naturales destacados como los islotes de origen cratérico Teodoro Wolf y Yerovi que emergen en el centro de la laguna. Alrededor de esta puede apreciar especies de flora como totora, shanshi, puma maqui, aliso, entre otras, típicas de la zona andina. La fauna representativa en el espejo de agua son los patos silvestres, en los espacios circundantes es fácil observar colibríes, mirlos, gorriones. En los senderos abundan lagartijas y ratones de campo. El paisaje es de color verde intenso reflejado en el azul cielo del espejo de agua. Actualmente los ecosistemas están conservados. Este lugar también tiene una connotación cultural importante para el pueblo Cotacachi, quienes mencionan que es un lugar sagrado, de ahí su denominación de Lago de los Dioses. Aquí realizan fiestas como el inicio del año indígena el 21 de marzo, en junio el Inti Raymi en agradecimiento al sol, la fiesta de la jora en septiembre. También en el lugar se celebran bautizos, matrimonios y otros festejos especialmente en sitios de ofertadas del sendero Ruta Sangrada. En conjunto generan condiciones favorables para el desarrollo de actividades eco turísticas y de turismo cultural, acordes al Plan de Manejo del Parque Nacional Cotacachi Cayapas.
- Se determinó la calidad de los servicios turísticos ofertados en el lago la Hostería Cuicocha ofrece alojamiento y alimentación, servicios que son regulares, pero hace falta atención y hospitalidad al turista en los productos y servicios. Respecto al mercado artesanal se pudo acotar que los productos

turísticos tienen precio moderado, pero no manifiestan innovación ni originalidad, además la atención no es de calidad. Dentro de las facilidades turísticas está el Centro de Interpretación Ambiental que ha sido modernizado en este año y se acopla al requerimiento del turista nacional y extranjero, pero hace falta más control porque al ser autoguiado los aparatos están propensos a sufrir averías. Los senderos interpretativos de forma general se encuentran en buen estado. El más utilizado es la Ruta Sagrada donde Indígenas de Cotacachi celebran festividades andinas, pero en la actualidad el reloj solar y lunar que están deteriorados por falta de mantenimiento. Los paseos en lancha son una opción de recreación, pero están en malas condiciones y el servicio de guía es malo. Con relación a la infraestructura se afirma la única vía de ingreso es carrozable, pero se encuentra en malas condiciones pues presenta baches y desniveles. Los servicios básicos son deficientes y las comunicaciones moderadas. Cabe citar que algunas agencias de viajes locales incluyen al sitio en sus paquetes turísticos. En el lugar no existen redes bancarias ni centro asistencial para primeros auxilios. Los guías locales se consiguen previa reservación por lo que la mayoría de turistas que viajan por cuenta propia hacen sus recorridos solos.

- Para proponer las estrategias hacia el posicionamiento de la oferta turística en el lago luego del análisis de los atractivos turísticos y la oferta turística, elaborado el FODA y el cruce de variables se priorizó seis estrategias que se distribuyeron en las “P” del marketing mix. Entre ellas crear una imagen de marca que represente a Cuicocha en conjunto, diversificar la oferta con la implementación de eventos de música y danza, juegos tradicionales, concurso de fotografía y dramatización de la leyenda el Gigante de la Laguna. Para la distribución del producto se usará canales directos enfocados en herramientas tecnológicas y también indirectas como convenios con agencias de viajes y turismo científico. Finalmente mencionar que el turismo es un negocio de personas por tanto la capacitación y la innovación son necesarias.

6.2. Recomendaciones

- Motivar a los turistas nacionales y extranjeros a realizar un turismo responsable y comprometido con el medio ambiente en la laguna de Cuicocha, utilizando mecanismos que orienten a proteger el ambiente natural que rodea al Lago de los Dioses. Así mismo generar conciencia en las comunidades indígenas del pueblo Cotacachi sobre la importancia de este recurso natural y la connotación cultural que representa. Deben cuidar y preservar el entorno, su riqueza y belleza paisajística es única y puede generar experiencias turísticas valderas que a su vez generen sostenibilidad a la comunidad local.
- Manejar los conflictos internos generados entre el GAD Cotacachi, Ministerio del Ambiente y la UNORCAC, de forma asertiva. Esto permitirá trabajar mancomunadamente para disminuir las debilidades y atenuar las amenazas que afectan las actividades turísticas en la laguna entre ellas el mejoramiento de servicios básicos, adecuación de vías de acceso, nueva oferta turística, adecuación de la planta turística, servicios complementarios, entre otros, importantes satisfacer los requerimientos del cliente.
- Usar plataformas digitales para la distribución de los productos turísticos. En la actualidad el cliente se ha vuelto más inteligente debido al fácil acceso a la información y más exigente al momento de adquirir productos turísticos. Esto requiere que los prestadores de servicios se encuentren a la par con la tecnología para poder innovar constantemente. Negocio que no está en el internet, no existe.

Referencias bibliográficas

- Acerenza, M. (1990). Agencias de Viajes, organización y operació. México: Trillas .
- Alai. (20 de 06 de 2012). Los raymikuna o fiestas del sol y la luna. Obtenido de <https://www.alainet.org/es/active/60336>
- Ambiente, M. d. (2007). Políticas y Plan Estratégico del Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador 2007 - 2016. Quito-Ecuador: Regal.
- Ambiente, M. d. (2007-2016). Políticas y Plan Estratégico del Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador. Quito-Ecuador: Regal .
- Armstrong, P. K. (2013). Fundamentos del marketing .
- Barrera, E. (2004). Manual de Turismo para Micro Pequeños y medianos Empresarios Rurales. Santiago - Chile: FIDA (Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola).
- Bosch, J. (2010). EL TURISMO COMO ACTIVIDAD ECONÓMICA. Comahue - Argentina: EDUCO - Editorial de la Universidad nacional del Comahue.
- Constitución. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Montecristi.
- Covarrubias, R. (2015). EVALUACIÓN DEL POTENCIAL EN UNICIPIOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE METODOLOGÍAS PARTICIPATIVAS. México: Universidad de Colima.
- Cuero, A. y. (2019). 14 CONSEJOS PARA SABER CÓMO CUIDAR EL CUERO DE UN BOLSO PARA QUE DURE MUCHOS AÑOS. Obtenido de <https://www.arteycuero.com/como-cuidar-el-cuero/>
- Cuicocha.org. (2019). Hostería Cuicocha . Obtenido de <https://www.cuicocha.org/carta.html>
- Entrepreneur. (19 de Junio de 2019). Entrepreneur. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/263568>
- FONTUR. (2018). Manual de presentación de proyectos Fontur. Colombia: Fontur.
- Fuentes, P. (2009). El Turismo de Salud como producto turístico en auge: Análisis del caso de la Provincia de Buenos aires. Buenos Aires - Argentina: Universidad Nacional de Mar de Plata.

- Geoguía, L. (22 de Agosto de 2019). Laguan de Cuicocha-Imbaura-Ecuador .
Obtenido de <http://www.lageoguia.org/laguna-cuicocha-imbabura-ecuador/#14/0.3029/-78.3801>
- Gonzáles, R. (2010). PERFIL DEL TURISTA PARQUE NACIONAL IGUAZÚ.
Buenos Aires -Argentina: Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Guerrero, P., & Ramos, J. (2014). Introducción al turismo. Mexico D.F.: Patria.
- Hernández, R. F. (2010). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN Quinta edición.
México: McGRAW-HILL / INTEERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hora, L. (7 de Septiembre de 2018). Especial Cotacachi: Talabartería, un saber ancestral y productivo en Cotacachi. Obtenido de <https://lahora.com.ec/imbabura/noticia/1102184172/especial-cotacachi-talabarteria-un-saber-ancestral-y-productivo-en-cotacachi>
- Hora, L. (27 de Junio de 2019). En Cotacachi, los ‘Hijos del Sol’ zapatean con ira para que la tierra despierte. Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1102253799/en-cotacachi-los-hijos-del-sol-zapatean-con-ira-para-que-la-tierra-despierte>
- Jiménez, A. (2005). Una aproximación a la conceptualización del turismo desde la teoría general de sistemas. Mexico D.F.: Miguel Ángel Porrúa.
- Jiménez, L., & Jiménez, W. (2013). Turismo: tendencias globales y planificación estratégica. Bogotá: Ecoe.
- Lausche, B. (2012). Directrices para la legislación relativa a áreas protegidas. Gland-Suiza: UICN Serie de Política y Derecho Ambiental No.81.
- MAE. (2019). MAE y comunidades andinas organizaron la celebración del “Inti Raymi” en Cotacachi. Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/mae-y-comunidades-andinas-organizaron-la-celebracion-del-inti-raymi-en-cotacachi/>
- MAE. (mayo de 8 de 2019). Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas cuenta con nuevo Centro de Interpretación. Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/reserva-ecologica-cotacachi-cayapas-cuenta-con-nuevo-centro-de-interpretacion/>
- Méndez, P. (15 de Julio de 2019). Flora de la Laguna de Cuicocha . (L. Casanova, Entrevistador)

- Militar, I. G. (2019). Cotacachi-Cuicocha. Obtenido de <https://www.igepn.edu.ec/08/1868-gran-terremoto-de-la-provincia-de-imbabura&Itemid=496/component/xmap/>
- MinTur. (2017). Guía de Inventario de Atractivos Turísticos . Quito: Ministerio de Turismo .
- MINTUR- Ministerio de Turismo. (2014). Manual de Hospitalidad. Quito - Ecuador: ADS Services.
- Nacional, A. (2008). Constitución de la República del Ecuador. . Quito: Montecristi.
- Ochoa, C. y. (2012). VALORACIÓN DEL UN PRODUCTO TURÍSTICO. TURyDES Vol5, N°12.
- Oliveira, S. (07 de Agosto de 2008). LA IMPORTANCIA DE LA GASTRONOMÍA EN EL TURISMO. Estudios y Perspectivas en Turismo, 261-282.
- OMT, Organización Mundial de Turismo. (2004). INTRODUCCIÓN AL TURISMO. España.
- Otavalo, A. (Dirección). (2017). Cosmovisión, Nacionalidad Kichwa Pueblo Cotacachi [Película].
- Oviedo, G. (2008). Áreas protegidas, desarrollo y cultura. Quito-Ecuador: Letras Verdes.
- Payeras, M. y. (1994). El Mutiplicador Turístico su Aplicación a la Economía Baler. Papers de Turisme, 15-29.
- ReAct. (2 de mayo de 2019). Filosofía de la Chakana (cruz andina) y la alimentación sana. Obtenido de <http://alimentosagradosquesanan.blogspot.com/2017/05/filosofia-de-la-chakana-cruz-andina-y.html>
- Rocha, A. (2011). Crece Negocios . Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/concepto-de-calidad/>
- Romero, M. (2014). Productos, servicios y destinos turísticos. Malaga: IC.
- Runatupari. (2014). PARADA # 1.-LA RUTA SAGRADA EN EL LAGO CUICOCHA. Obtenido de <http://ruta.runatupari.com/index.php/parada-1-la-ruta-sagrada-en-el-lago-cuicocha>
- Rutaviva. (2017). Rutaviva Travel The World. Obtenido de <https://www.rutaviva.com/cotacachi/volcan-cotacachi>

- SECTUR. (2004). *Cómo desarrollar un proyecto de Ecoturismo*. México: SECTUR (Secretaría de Turismo).
- Socatelli, M. (2013). Extracto del Libro: *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*. Costa Rica: InterMark.
- Telégrafo. (2 de agosto de 2015). Solo en Cotacachi se preparan las típicas carnes coloradas. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/solo-en-cotacachi-se-preparan-las-tipicas-carnes-coloradas>
- Tribes, P. &. (2019). Información turismo Parque Nacional Cotacachi Cayapas . Obtenido de <https://www.parks-and-tribes.com/national-parks/reserva-ecologica-cotacachi-cayapas/reserva-ecologica-cotacachi-cayapas.htm#Vegetaci%C3%B3n>
- UICN. (2008). *Directrices para la aplicación de las categorías de gestión de áreas protegidas*. Gland-Suiza: Dudley, N.
- UICN. (2011). *Las áreas protegidas de América Latina*. Quito-Ecuador: Elbers, J.

ANEXOS

Anexo 1. Galería fotográfica



